



EESTI MAAÜLIKOOL
Põllumajandus- ja keskkonnainstituut

Silvia Türkson

**MAASTIKU JA KULTUURI ROLL TURISMITEE
ARENDAMISEL: SIBULATEE EESTIS**

**THE ROLE OF LANDSCAPE AND CULTURE IN A TOURISM
ROUTE DEVELOPMENT A CASE STUDY OF SIBULATEE
(ONION ROAD) IN ESTONIA**

Magistritöö
Maastikuarhitektuuri õppekava

Juhendaja: Simon Bell PhD
Martti Veldi MA

Tartu 2019

Eesti Maaülikool Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Magistritöö lõputöö lühikokkuvõte	
Autor: Silvia Türkson		Õppekava: Maastikuarhitektuur	
Pealkiri: Maastiku ja kultuuri roll turismitee arendamisel: Sibulatee Eestis			
Lehekülgi: 79	Jooniseid: 8	Tabeleid: 12	Lisasid: 12
Osakond / Õppetool: Maastikuarhitektuuri osakond ETIS-e teadusvaldkond ja CERC S-i kood: T250 Juhendaja(d): Simon Bell, Martti Veldi Kaitsmiskoht ja -aasta: Tartu, 2019			
<p>Käesolev töö annab ülevaate turismiteede taustast ning uurib erinevate juhtumiuuringute abil võtmetegureid, tänu millele saavutab turismitee edukuse.</p> <p>Töö eesmärgiks oli uurida kas Sibulatee turismiteena on areneva väärtusega ja võimekusega nii oma asukoha kui ka tähenduse poolest. Samuti võrrelda Sibulateed teiste turismiteedega ning saadud tulemuste põhjal välja pakkuda Sibulatee võimalikud arengusuunad ja võimalused piirkonna arendamisele.</p> <p>Tulemusteni jõudmiseks uurisin nelja erineva kultuuritee tausta ning analüüsisin neid kultuuriteede hindamise mudeli abil (<i>CREM-Cultural Route Evaluation model</i>). Lisaks sellele analüüsisin Sibulatee piirkonda põhjalikumalt, et õppida tundma kohalikku maastiku, olemasolevaid kultuuriväärtusi, piirkonna ajaloolist tausta ja majandusliku edukust. Viimases etapis tehti ka poolstruktureeritud intervjuud kohalike elanike, turistide ja poemüüjatega.</p> <p>Uuringu tulemused näitavad, et Sibulateel on olemas potentsiaal saada riiklikult tunnustatud kaubamärgiks aga selleni jõudmiseks on veel pikk tee ees. Enne suurt läbilööki on vaja pöörata tähelepanu mitmetele kitsaskohtadele nagu infrastruktuuri ja erinevate reisipakettide puudulikkus, majutuskohade ja turundamise vähesus ning hooajalisus.</p>			
Märksõnad: Turismitee, Sibulatee, Kultuuritee			

Estonian University of Life Sciences Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Abstract of Master's Thesis	
Author: Silvia Türkson		Curriculum: Landscape architecture	
Title: The role of landscape and culture in a tourism route development a case study of Sibualtee (Onion route) in Estonia			
Pages: 80	Figures: 8	Tables: 12	Appendixes: 12
Department / Chair: Department of Landscape Architecture Field of research and (CERC S) code: T250 Supervisors: Simon Bell, Martti Veldi Place and date: Tartu, 2019			
<p>This Master thesis provides an overview of the tourist routes background and through various case studies comes the key elements that lead to the success of the tourism route. The aim of the work was to investigate whether Sibulatee as a tourism route has the potential to be a successful tourism route. Also, compare Sibulatee with other tourism routes and with the results to suggest the possible ways how to develop Sibulatee sustainably and give out new ways to raise its potential.</p> <p>In order to reach the results, I studied the background of four different cultural routes and analyzed them using the Cultural Route Evaluation model (CREM). In addition, I analyzed the area of Sibulatee in more depth to learn about the local landscape, existing cultural values, the historical background of the region and economic success. The last stage also involved semi-structured interviews with local residents, tourists, and retailers. The results show that Sibulatee has the potential to become a nationally recognized trademark, but there is still a long way to go. Prior to breakthroughs, Sibulatee needs to pay attention to some weak spots. Such as poor infrastructure and lack of guided tours, also a lack of accommodation and promotion. Seasonality is also a weak spot.</p>			
Keywords: Tourism routes, Sibulatee, Cultural Routes			

SISUKORD

1. SISSEJUHATUS	6
1.1 Uurimistöö eesmärk ja ülesehitus.....	6
2. TEOREETILINE RAAMISTIK.....	8
2.2 Kultuuri- ja turismiteed	11
2.2.1 Camino de Santiago.....	15
2.2.2. The Hansa	16
2.2.4 Seto Külävüü	18
2.2.5 Sibulatee	19
2.3 Sertifikaadiga kultuuriteed	21
2.4. Kultuurmaastikud	23
2.5. Kultuuriteede edukuse võtmelemendid	24
3. ANDMED JA METOODIKA	26
3.1. Metoodika.....	26
3.2. CREM mudel.....	27
3.3 Intervjuud	32
4. TULEMUSED	34
4.1 Juhtumiuuringute analüüs.....	34
4.1.1 Santiago de Compostela (<i>French way</i>).....	34
4.1.2 The Hansa	35
4.1.3 Seto Külävüü	37
4.1.4 Kokkuvõte	40
4.2 Sibulatee	40
4.3 Järeldused	47
5. KOKKUVÕTE	50
6. SUMMARY	51
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	52
Joonised	56
Lisa 1. Küsimustiku vorm	58
Lisa 2. Fotod Sibulateel asuvatest vaatamisväärsustest	59
Lisa 3. Turistidele suunatud intervjuude maatrikstabel.....	63
Lisa 4. Kohalikele suunatud intervjuude maatrikstabel.....	65
Lisa 5. Poemüüjatele suunatud intervjuude maatrikstabel	66
Lisa 6. Kultuuriteede teaduslikud väärtused	67

Lisa 7. Kultuuritee spetsiifilised väärtused.....	69
Lisa 8. Kultuuritee majanduslik tähtsus	71
Lisa 9. Kaitse ja säilitamise väärtused	73
Lisa 10. Kultuuritee funktsionaalsed väärtused.....	75
Lisa 11. Turismitoodete lisaväärtused	77
Lisa 12. Lihtlitsents	80

1. SISSEJUHATUS

1.1 Uurimistöö eesmärk ja ülesehitus

Sibulatee on loodud väärtustama ja hoidma piirkonna kultuuriruumi ning näidata kolme erineva kultuuri koostoimimist ja säilimist. Piirkonna kolm kultuuri on järgmised- vene vanausulised, baltisaksa mõisakultuur ja eesti talupojakultuur. Piirkonnale on oluline antud kultuuriruumi säilitamine ja arendamine, kuna turism on Peipsi äärse kogukonna üks suurimaid elatis allikaid avaliku sektori kõrval. Sibulatee piirkonnal on olnud läbi aegade erinevaid elatusallikaid ja kultuure, mis on mõjutanud piirkonna kultuurilugu, arhitektuuri ning ka majandusliku edu. Antud väärtuse hoidmine ja säilitamine annab võimaluse ka aastate pärast piirkonda mäletada ning kultuurilist mitmekesisust säilitada. Sibulatee turismiteena on areneva väärtusega ja võimekusega nii oma asukoha kui ka tähenduse poolest.

Turismitee potentsiaali hindamiseks on vaja läbi viia erinevaid aspekte hõlmav analüüs, mis näitaks arengu prospekte maastiku ja kultuuri perspektiivist kui ka eesmärgipärasest üldsusele nähtavaks tegemise vajalikkusest. Analüüsides Sibulatee potentsiaali tuleb esmalt uurida erinevate turismiteede edukaks tegemise võtmelemente. Seejärel analüüsida antud piirkonna maastiku, olemasolevaid kultuuriväärtusi, piirkonna ajaloolist tausta ja majandusliku edukust. Analüüsi tulemusel pakutakse välja Sibulatee võimalikud arengusuunad ja võimalused piirkonna arendamisel.

Uurimistöö eesmärgi saavutamisel püstitati järgnevad uurimisküsimused:

1. Kuidas on Sibulatee aastate jooksul arenenud? Kas Sibulateel on tuleviku potentsiaali?
2. Kuidas saab muuta Sibulateed edukamaks?
3. Mis takistused võivad Sibulatee arendamisele ette tulla?

Tänuavaldused

Sooviksin tänada eelkõige oma juhendajat Martti Veldit, kes minu hilisõhtustele küsimustele vastas alati kiirelt ja rahumeelselt ning juhendas mind läbi selle teekonna. Samuti kõiki teisi, kes mind selle teekonna jooksul hea nõuga toetanud on. Oma ema Sille Türksonit, kes tõttas mulle kiiresti appi, kui mul seda hädasti vaja oli ning uskus minusse siis, kui mina seda ei teinud. Tänan veel oma elukaaslast Evald Purget, kes oli mulle toeks terve magistritöö kirjutamise aja. Samuti oma kursusekaaslast Kristel Altsaart, kellelt saadud innustused aitasid mul oma magistri tööga edasi liikuda.

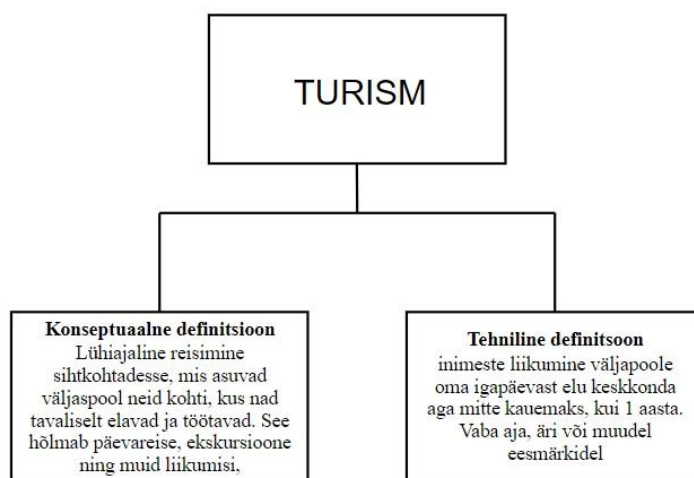
2. TEOREETILINE RAAMISTIK

Teoreetiline sissejuhatus on kirjutatud selleks, et anda ülevaade taustinfoks mõistmaks teemat paremini. Esimeses peatükis kirjeldan lahti mõiste kultuuriturism. Teises peatükis kajastan turismiteed, mis keskendub rohkem kultuuriteedele. Teise peatüki alapeatükis kirjeldan kolme olemasolevat kultuuriteed ja nende olemust. Kolmandas peatükis tutvustan Euroopa Komisjoni poolt sertifitseeritud kultuuriteid. Neljandas peatükis annan ülevaate kultuurmaastikutest, kuna kultuuriteede üheks osaks on samuti kultuurmaastikud. Viimases peatükis annan ülevaate kirjanduses leiduvast turismiteede edukuse võtmeelementidest. Kirjanduslik ülevaade on kirjutatud selleks, et anda ülevaade turismiteede teoreetilisest taustast, et analüüsida Sibulatee edukust paremini.

2.1 Kultuuri turism

Kultuuriturismi selgeks määratlemiseks on vaja defineerida sõnad kultuur ja turism. Nende kahe mõiste defineerimisel tuleb siiski tähele panna, et nende mõistete liitmisel ei ole järeldus kultuuriturism vaid on hoopiski eeltingimus selle mõistmiseks.

Turism defineerimisel on viimane jagatud kahte järgnevasse kategooriasse: kontseptuaalne definitsioon ja tehniline definitsioon. Kontseptuaalne definitsioon, mis peamiselt tegeleb turismi peamise tähendusega. Tehniline definitsioon keskendub aga turismindusega seotud väärtuste hindamise ja mõõtmisega. (Mousavi jt 2016:71)



Skeem 1. Kontseptuaalne ja tehniline definitsioon turismile (Mousavi jt 2016:71).

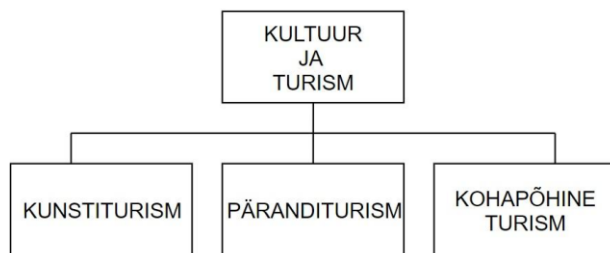
Turismi mõiste defineerimisel kasutatakse enim ÜRO Maailma Turismiorganisatsiooni (United Nations World Tourism Organization – UNWTO) välja töötatud definitsiooni, kus öeldakse, et turism on inimeste liikumine väljapoole oma igapäevast elu keskkonda, mitte vähemaks kui 24 tunniks ning mitte kauemaks kui üks aasta. Tegemist on tehnilise ja statistilise definitsiooniga, mis sageli tekitab pigem segadust, kui aitab mõista turismi tegelikku olemust. (UNWTO 2019)

Kultuuri mõistet on keeruline defineerida, kuna erinevates kirjandustes on sellele sadu erinevaid määratlusi. Sõna kultuur on inglise keeles kõige raskem sõna mida defineerida, ka teistes keeltes on sõna kultuuril väga palju erinevaid variatsioone (Richards 1996:21). Richards kirjutab oma artiklis, et *tavaliselt vaadeldakse kultuuri, kui keerulist tervikut, mis pakub terviklikku kontseptsiooni erinevate eluviiside kirjeldamisel ja kujutamisel*. Kultuuri ühel kindlal ja aktsepteeritaval viisil on väga raske defineerida (Richards 1996:21). Artiklis *Defining Cultural tourism* on antud kaks järgnevat varianti, kuidas enamasti kultuuri kirjanduses defineeritakse: protsessina ja tootena (Mousavi jt 2016:71).

Turism, kui protsess on tuletatud antropoloogiast ja sotsioloogiast, mis käsitlevad kultuuri, kui konkreetse sotsiaalsesse gruppidesse integreeritud käitumiskoodekseid ehk reeglite kogumeid, milles kirjeldatakse sotsiaalseid norme, usulisi reegleid ja/või vastutust ning asjakohaseid tavasid. Kultuur määrab protsessid läbi mille inimesed mõistavad ennast ja oma elu.(Mousavi jt 2016:73)

Kultuuri peetakse, kui individuaali või grupi tegevuse tooteks, millele on juurde tekkinud teatud tähendused. Näiteks mõni kõrgkultuur viitab tuntud artistide toodetele ja madalkultuur näiteks sebiooperile, kui nende kultuuri toodangule. (Mousavi,2016)

Ashworth (1995) on liigitanud kultuuri definitsiooni, mis on seotud turismiga kolme erinevasse kategooriasse. Esimene on kunsti turism, mis on kõige lihtsam kultuuri vorm turismile, mis on enamasti seotud kunstiga ja esinemistega, mis on näiteks teater, ballett, kontsert, festival, muuseumid jms). Teiseks kultuuri vormiks on pärandi turism, mis on seotud pärandkultuuri hoonetega ja kohtadega, mis on seotud ajalooliste sündmuste ning inimestega. Viimane kategooria, mis on ka kõige laiema haardega on kohapõhine turism, mis tähendab seda, et kultuuri saab defineerida, kui üldlevinud väärtuste, suhtumiste ja käitumiste komplekti sotsiaalse grupi seas. (Ashworth, 1995)



Skeem 2. Kultuuri definitsiooniga seotud turismivormid. (Mousavi jt 2016:72)

Kultuuriturismi mõistmise jaoks on oluline aru saada ka mõistest vaimne kultuuripärand. *Milleks on tavad, esitus- ja väljendusvormid, teadmised, oskused ja nendega seotud tööriistad, esemed, artefaktid ja kultuuriruumid, mida kogukonnad, rühmad ja mõnel juhul üksikisikud tunnustavad oma kultuuripärandi osana. Vaimset kultuuripärandit, mida antakse edasi põlvkonnalt põlvkonnale loodakse pidevalt uuesti, seda mõjutatavad ümbritsev keskkond, loodus ja ajalugu. Vaimne kultuuripärand annab neile identiteedi ja järjepidevuse tunde ning edendab seeläbi ka kultuurilist mitmekesisust ja inimeste loometegevust.* (Vaimse kultuuripärandi...2003:2)

Kultuuripärandi hulka võivad kuuluda ka väga erinevad objektid ja nähtused: kuivõrd esiplaanil on tunnetatud side minevikuga, mida tõlgendatakse kaasaja vajadustest lähtuvalt, on pärandi mõiste ja tähendus ajalooliselt arenev ja muutuv. Selle püsimist mõjutavad nii objektiivsed säilitustingimused kui subjektiivsed ühiskondlikud otsustused. (Pärn jt 2008)

Kultuuriturismi uurimise trend on viimastel aastatel tõusnud märgatavalt. Seda just tänu selle, et Maailma turismiorganisatsioon (*United Nations World Tourism Organization* - UNWTO) kinnitas kultuuriturismi kui ametliku turismi vormi. Peamiselt uuritakse materiaalse pärandi muutumist mitte materiaalseks pärandiks, samuti pööratakse rohkem tähelepanu põlisrahvastele ja vähemusgruppidele. (Richards 2018:12)

Kultuuri vastu huvi tundmine ja turismindus on alati käinud käsikäes, sest see on asi, mis motiveerib inimesi reisima. Viimastel aastakümnetel on aga hakatud kultuuri ja turismi omavahel ühendama, kui meetodit, mille põhjal sihtkohta valida ning millised vaatamisväärsusi külastada ja kuidas sihtkohta kultuuri tundma õppida (Richards, 2018:13).

Kultuuriturismi võib üldiselt vaadelda, kui inimeste vahelist sotsiaal kultuurilist suhet, mida edendavad ja vahendavad mitmed erinevad osalejad, sealhulgas planeerijad, poliitikud,

teadlased, turundusspetsialistid, reisibürood jms. Kultuuriturismi võib pidada sotsiaalsüsteemide ja kultuuride vahelist suhet, mis muudab mõlemaid osapooli (Mousavi jt 2016:73). Sotsiaalses praktikas kultuuriturism rekonstrueerib või konstrueerib kultuuriturismi identiteete ning aitab kaasa maailma kujundamisele (Baumann 1999)

Kultuuriturismi populaarsemaks muutumine on Euroopas aidanud laiendada inimeste teadmisi kultuuripärandi suhtes ning taastada lagunenud majandust, näiteks pärast II maailmasõda hakkasid teed avanema ning inimesed said hakata reisima vaatamaks teiste maade kultuuripärandit (Richards 2018:12).

Richards defineerib oma artiklis kultuuriturismi, *kui turismitegevuse liiki, kus turist valib huvi pakkuva sihtkoha selle järgi, mille kultuuri ta soovib omandada ja kus saada uusi kogemusi, õppida ning tarbida materiaalet ja mittemateriaalset kultuuri* (Richards, 2018:14).

See tähendab, et kultuuriturism ei ole ainult paikade ja monumentide külastamine, vaid ka külastatava piirkonna eluolu tundma õppimine. Näiteks toidukultuuri, igapäevaelu, väärtushinnangute, eluviiside, uskumuste ja traditsioonide näol. Antud turismisuund hakkab välja vahetama traditsioonilist turismi, kus materiaalne turism vahetub immateriaalse vastu. Inimesed ei soovi enam vaid monumente vaadata vaid nüüd soovivad nad elada, kui põlisrahvas ning katsetada nende eluviise ka omal nahal. (ECTARC 1989)

Bonink kirjutab kultuuriturismi kahest erinevast lähenemisviisist selle defineerimisel. Esimeseks "paiga ja monumendi" lähenemisviis, mis keskendub kultuuri turistide poolt külastatava vaatamisväärsuste, see viis kirjeldab kultuuri, kui toodet (Richards 1996:23). Teine lähenemine on "kontseptuaalne lähenemine", see püüab määratleda kultuuriturismi kvalitatiivsel viisil, kus analüüsitakse teiste kohtade ja kultuuridega kokku puutuvate kultuurituristide tavasid, kogemusi ja tähendusi (Mousavi jt 2016:73).

2.2 Kultuuri- ja turismiteed

The international universe of organisations for the conservation of cultural heritage, kus on esindatud UNESCO, ICOMOS ja Euroopa komisjon ei ole veel jõudnud ühehäälele

otsusele, kuidas defineerida ja edasi anda kultuuriteede olemust ning tähendust (Genovese 2016:621).

Euroopa komisjoni arvates peaksid kultuuriteed esindama ajalugu, inimeste mälestusi ja Euroopa pärandit. Selline lähenemine vihjab sellele, et kultuuriteed ei ole tähendusrikkad oma sisemise väärtuse poolest vaid neid seob hoopis omavahel kultuuri ning turisti huvi erinevate pärand objektidega vastu. See on pigem vahend, mis ergutab mitme poolset kultuuride vahelist koostööd ja Euroopa identiteeti. (Genovese 2016:620)

UNESCO on defineerinud kultuuriteed, kui materiaalsete elementide kogumikku, millel on kultuuriline tähtsus. See aitab riikide või piirkondade vahelist suhtlust arendada ning illustreerib vastastikust mõju liikudes mööda teed. Lisaks sellele illustreerib ka ruumi ja aega. UNESCO definitsioon ei anna aga täpset kontseptsiooni kultuuriteedest. Pigem kinnitab fakti, et ajalooline tee on spetsiifiline ja dünaamiline tüüp kultuurmaastikuid. (UNESCO 2019)

Kultuuriteed põhinevad materiaalsel elementidel, kuid tegelikult peaks see olema tunnistus ajaloolisest dünaamikast ja protsessist, mis on soodustanud suhteid nende vahel. Seetõttu ongi erinev kaasaegsest teest, mis on loodud selleks, et siduda erinevaid pärandi komponendid turismi-, õppe- või kultuuri eesmärkideks. (Genovese 2016:620)

Kultuuriteedest arusaam esindab ajaloolist reaalsust. See näitab ideede evolutsiooni, kuidas respektseb kultuuripärandi visiooni, samuti kasvava tähtsuse väärtus seotud selle loomist ja territoriaalset skaalat ning paljastamaks pärandi makrostruktuuri erinevate tasemetega. (Genovese 2016:621)

Kultuuriteede puhul on tee peal olevad atraktsioonid ja vaatamisväärsused sama olulised, kui sihtkoht ise. See tähendab, et teekonda peab saama nautida isegi siis kui lõpp-punkti ei saabu mitte kunagi. (Lourens 2003:25)

Läbi kultuurilise mitmekesisuse tunnustamise ja austuse, panustavad kultuuriteed ka säästvat arengut ning mitme kultuuri vahelise suhtluse arendamist. See võib pakkuda territoriaalse ulatusega kaitsepoliitikat ja kultuurilist terviklikkust. (Genovese 2016:632)

Kõige paremini on lahti seletanud Meyer turismitee kontseptsiooni. Ta märgib, et kõige olulisem osa turismiteest on kohaliku turismi edendamine. Selleks, et seda saavutada, tuleb ühendada erinevad vaatamisväärsused ja atraktsioonid üheks. See tegevus julgustab

külastajaid ühest kohast teise liikuma, teades, et miskit ootab teda veel ees. Lisaks sellele toob Meyer veel välja, et parema juurdepääsu tagamine mitmesugustele toodete, tuleks ühendada vaatamisväärsused või mitmed atraktsiooniteenuste pakkujad piirkondlikesse klastritesse, see suurendaks samal ajal ka toodete atraktiivsust. Turismiteed on väga olulised turismi arendamise strateegiate juures. (Meyer 2004:2)

Michael E. Porter on oma artiklis nimega '*Clusters and the new economics of competition*' defineerinud mõiste klaster järgnevalt, see on ettevõtete, teenusepakkujate ja asutuste geograafiline koondumiskoht, kus osapooled teevad koostööd, säilitades üksteise vahel konkurentsi. Klaster annab võimaluse igale liikmele lõigata kasu antud koondumiskohas tegutsedes nagu ta oleks osa ühest suurest üksusest. Turistile aga saada osa erinevatest tootmisprotsessidest ning teenustest ühest kohast, kuna teenusepakkujad teevad omavahel koostööd, samas säilitades omavahelist konkurentsi. (Clusters and the... 1998)

Temaatiliste teede arendamine turistide püüdmiseks on muutunud aina populaarsemaks. Üks peamisi eesmärke turisti alale meelitamiseks on siduda erinevad turismi atraktsioonid üheks, millel ei oleks eraldiseisvana suurt väärtust aga turismiteega sidudes selle väärtus mitmekordistub (Meyer 2004:3). Kultuuriteed aitavad illustreerida tänapäeva kultuuripärandi väärtust, kui ressurss jätkusuutlikuks sotsiaalseks ja majanduslikuks arenduseks. (Genovese, 2016:632)

Euroopa komisjon tunnustab, et turismiteed on aastate jooksul järjest populaarsemaks muutumas. Kahe viimase aastakümne jooksul on turismiteed näidanud suurt potentsiaali. Kultuuriteed julgustavad kohalikke kogukondi osalema oma tegevustega arendamisel, mis oleks seotud antud piirkonna elanikkonna ajaloo ja kultuuriga ning aktiivselt osa võtma teadlikuse suurendamisel kultuuripärandi jäädvustamisel. Turismiteed aitavad suures osas kaasa väikeettevõtete loomisele ning kultuuriturismi toodete ja teenuste arendamisele sihtkoha põhiselt. Seda tüüpi teede alustalaks on sihtkoha unikaalsus, autentsus, kohalikud teadmised, oskused, pärandid ja traditsioonid. (Božić, Tomić 2016:27)

Kultuuriteede marsruudid näivad olevat eriti kasulikud vähem arenenud piirkondadele, kus on mitmeid erinevaid kultuuriväärtusi (Božić, Tomić 2016:26). Lisaks sellele, et antud teekonnad meelitavad ligi kohalikke külastajaid, pakuvad ka huvi rahvusvaheliste külastajate seas, kes külastavad antud marsruuti (Meyer 2004:2). Turismiteed võivad erineda nii pikkuse, teema kui külastajate tüübi ja arvu poolest. Mõni marsruut on välja töötatud vaid

siseturisti jaoks, mis ei ole tuntud rahvusvaheliste turistide seas. Samas aga sihtkoha riigi elanikele pakuvad suurt huvi (Meyer 2004:2). Samuti võimaldavad antud teed rohkem arusaada oma riigi kultuurist ning ajaloost. Seega meelitavad erinevat tüüpi marsruudid erinevaid külastajaid, mida saab juhtida erinevate motiivide ja teemade abil marsruudile .

Näiteks Briedenhann ja Wickens rõhutavad oma artiklis marsruudi loomise rolli maapiirkondade majandusarengus. Väites, et tegevuste ja vaatamisväärsuste koondumine vähem arenenud piirkondades edendab koostööd ja partnerlust kohalike ning naaberpiirkondade kogukondade vahel (Božić, Tomić 2016:27).

Hill and Gibbons mainivad, et näiteks suusarajad Nebraskas on aidanud kaasa mitmete vaatamisväärsuste ja rajatiste arendamisele nendel teedel (Božić, Tomić 2016:26). Marsruudi loomine, aitab kaasa kandevõime ühtlaselt jaotumisel, negatiivsete keskkonnamõjude vähendamisele ja majandusliku kasumi ühtlasele jaotumisele (Božić, Tomić 2016:27). Nad rõhutavad ka seda, et erinevate kohalike valdade, maakondade ja isegi piiriülene koostöö võib pidada sellise arengu oluliseks eeliseks. Nende marsruutide üks eesmärke, lisaks turistide meelitamisele piirkonnale, oleks ühendada mitu vaatamisväärsust, mida üksi ei oleks võimalik huvi pakkuvaks muuta. Selle meetodi kasutamine tõstab tee potentsiaali ja hajutab tulu ühtlasemalt teenusepakkujate vahel. (Božić, Tomić 2016:27)

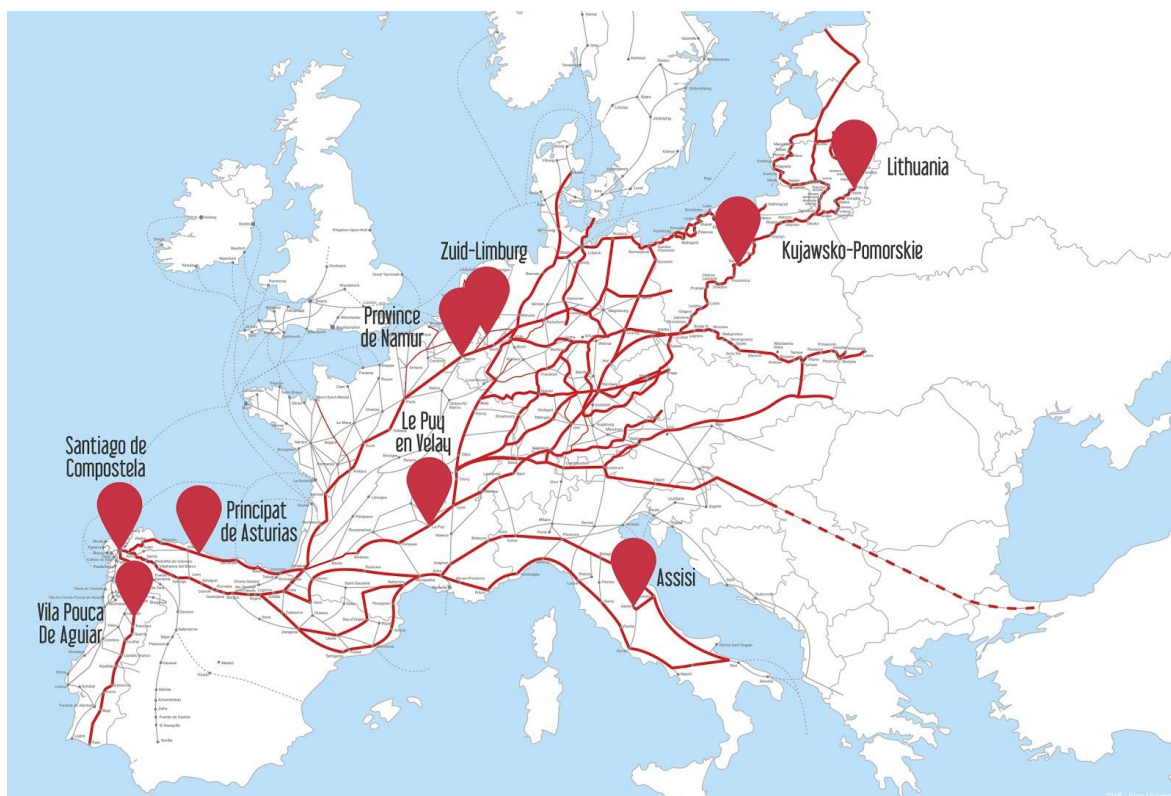
Kultuuriteed on väga tänuväärased, kuna need aitavad suurendada panust vanemal generatsioonil uuematele edasi andmaks erinevaid väärtuseid, näiteks ühtsustunnet, vabadust, tolerantsust ja väärtustada erikultuuride lõimumist (Genovese, 2016:632). Samuti käivad kultuuriteedega kaasas asendamatud jutustused ja kombed, tänu millele tekib seos inimese ning kultuuri- ja looduspärandi vahel.

Kultuuriteed esindavad interaktiivset, dünaamilist ning arenevat protsessi inimeste ning kultuuride vahelist teekonda läbi ruumi ja aja. Riikidel on erinev pärand ja kultuur ning kultuuriteede põhimõte on seda kultuuripärandit jagada ja panustada selle arendamiseks. Enamjaolt on kultuuriteede loomise eesmärk olnud riikide vahelise kultuuripärandi ja loo jagamist elanikkonnale ja turistidele ning näha, kuidas riigid üheselt pingutavad, et pärand säiliks ja toimiks. (Campolo jt 2016:577)

2.2.1 Camino de Santiago

Camino de Santiago (joonis 1) samuti tuntud, kui *the Way of St. James* on suur palveränduritele pühendatud teede võrgustik üle Euroopa, mille kõik teekonnad viivad St. James'i hauani *Santiago de Compostelas*, mis asub Lõuna-Hispaanias (Camino de... 2019). *Camino de Santiago* on esimene kultuuritee, mis on saanud Euroopa komisjoni poolt sertifikaadi (Gomez-Ullate 2018:104). *Camino Frances* nimetati UNESCO poolt 1993. aastal maailmapärandi objektiks (Kunaeva 2012:).

Camino de Santiago ajalugu küündib juba üheksanda sajandini, kui avastati Apostle hauakamber (Dominiquez 2018:91). Vanal ajal saabus iga aasta umbes 500 000 rändurit Santiagosse (Kunaeva 2012). *Camino de Santiago* on Euroopa komisjoni poolt sertifitseeritud ning ametlikuks nimeks on sellel *Santiago de Compostela Pilgrim route*. Antud teede võrgustikus võtab ametlikult osa 9 erinevat riiki. (Explore all... 2019)



Joonis 1. *Camino de Santiago* euroopa võrgustik. (<http://www.saintjamesway.eu/en/>)

Camino de Santiago on olnud palveränduritele tuntud sihtkoht juba varajasest keskajast saati (Salvin 2003). Marsruut läbib paljusid Hispaania ja Prantsusmaa maapiirkondasid, mis hõlmab ka erinevaid ajaloolisi ja looduslike vaatamisväärsusi (Lourens 2003:24). Kõige

populaarsem marsruut palverändurite seas on *Camino Frances*, nimetatakse ka, kui *French Way*, mis kulgeb läbi Põhja-Hispaania ning läbib provintse nagu La Rioja, Burgos, León ja Galicia (Dominiquez 2018:92). Antud teekonda valitakse selle tõttu, et see on maastikuliselt kõige mitmekesisem. Teekond läbib orgusid, tihedaid metsasid Navarres, mitmeid kilomeetreid pikki viinamarja kasvatusi La Riojas, kuivasid tasandikke Burgos ja León'is ning Galiciat, mida kutsutakse piimamaaks (Salvin 2003). Antud teekond oli palverändurite seas juba keskajal väga populaarne (Kunaeva 2012:9).

Camino Francesi teekonda läbib suvel umbes 15 000-20 000 palverändurit, enamus neist alustab oma teekonda Prantsusmaa ja Hispaania piirilt, kus on rännak umbes 800 km pikkune. Teed läbitakse enamasti jalgsi aga osad ka jalgratta või hobusega (Salvin 2003). Ligi 90 protsenti marsruudi külastajatest on sihtkoha riigi päritoluga. Selle juurde reklaamitakse alternatiivset marsruudi kasutamist, kus pakutakse päikese- ja rannaturismi. Antud juhul on tegemist küll hooajalise turismindusega, mis kestab tavaliselt aprillist septembrini. (Lourens 2003:25)

Sean Salvin kohtas enda palverännaku ajal mitmeid erinevaid palverändureid, kelle peamine eesmärk polnud usuga seotud vaid hoopis näha Põhja-Hispaania arhitektuuri või nautida maastikulist muutumist (Salvin 2003). Ta kirjutab, et ta ei kohanud ühtegi rändajat kelle ainsaks eesmärgiks oli religioon (Salvin 2003). *Santiago de Compostela* puhul ei ole enam oluline ainult religioosne turism vaid tuleb tähelepanu pöörata ka kultuurituristile, kes külastab paika teistel eesmärkidel, kui religioon. Planeerimisel on kõige raskem ülesanne kombineerida pühalikku ja vaimulikku (kuid mitte tingimata religioosset) ilmalikuga. Samuti otsivad palverändurid rohkemat motivatsiooni, kui religioon. (Fernandes 2012)

Palverännaku tulemusena tekkis sihtkohta rikkalik pärand. Materiaalne pärand nagu haiglad, majutusasutused, sillad, kirikud aga ka immateriaalne pärand nagu erinevad müüdid, legendid ja laulud, millega mööduvad *Santiago de Compostela* teed linnulennul. (The Santiago de... 2019)

2.2.2. The Hansa

Hansa võrgustik koosneb 190 linnast 16 erineva riigis, millest suur osa on seotud UNESCO *world heritage site*. Hansa võrgustikku tuntakse, kui Euroopa liidu eelkäija ning tänu sellele väärtustatakse seda, kui hindamatut ajaloolist pärandit. (The Hansa... 2019)

13. sajandil tekkis Hansa liit, mille eesmärgiks oli haarata enda kätte kogu Põhjamere ja Läänemere kaubandus, mis Hansa kõrgperioodil põhiosas ka õnnestus (Palamets 1998). Rahvusvaheline kaubanduse hea näide linnade vahel on Hansa liit, kes domineeris äritegevusega Põhja-Euroopas *ca* 300 aastat 13.-15. sajandil. See oli võimas kaubandusliit, mis moodustati üksikute Saksa kaupmeeste ja gildide vahel nii Põhja- kui ka Läänemere ümbruses asuvas 200 linnas. (Projekt Hansa 2017)



Joonis 2. Hansa tee võrgustiku kaart. (Kaart Hanzesteden... 2019)

Hansa kultuuritee näol on tegemist pigem suure võrgustikuga, kus osalevad erinevad linnad ning see põhineb ajaloo ja selle pärandi brändi turundamisele (The Hansa 2019). Kõrvale võib näiteks tuua Camino de Santiago teed, mille näol on tegemist lineaarse teega, mida turundatakse, kui toodet mitte brändi (Salvin 2003). Hansa brändi abil on tunnustatud erinevaid ettevõtteid Hansa kvaliteedi ja usalduse märgiga, mis omamoodi annab Hansa sertifikaadi. (Khovanova-Rubicondo jt 2010:130)

Hansa tee pakub erinevaid tegevusi ja sündmusi oma projekti raames. Iga aasta korraldatakse kõikide osaleja riikide peale kokku Hansa päev, mis toimub tänu iga aastase üldkoosoleku toimumisele. See sündmus, mis on toimunud nüüd oma 31. aasta jooksul, meelitab ligi 100 000 külastajat. Tavaliselt hõlmab kolmepäevast programmi erinevad kontserdid, teatrietendused, muusika- ja tantsunumbrid, giidiga jalutuskäigud, näitused, paraadid ja laste

programmid. Lisaks sellele ka Hansa turgu, kus iga linn võib reklaamida oma piirkonnale omaseid atraksioone ning äri- ja kultuuritooteid. (Khovanova-Rubicondo jt 2010:131).

Kohalikku Hansa päeva korraldatakse iga aasta ja sellest võtavad osa mitmed Hansalinnad. Antud üritus on siiski ainult sihtkoha põhine, mitte üleüldine. Korraldatav pidustus kestab enamasti mitu päeva ning koosneb erinevates sündmustest ja tegevustest, kus näidatakse ajastu kunsti, kultuuri ja muusikat. Festival on üles ehitatud näitamaks keskaegseid kostüüme, tutvustamaks kultuuri ja ka pannakse püsti suur turg. (The traditional... 2019)

Hansa liit on organiseerinud noortele suunatud programmi nagu ‘‘Youth League’’, kus 16-25 aastased noored saavad osa võtta Hansapäevade raames toimuvate ürituste ja otsuste tegemisel kaasa rääkida. Noorteorganisatsiooni eesmärk on töötada välja Hansa linnade vahelisi noorte projekte, noorte ühtsustunnet ja koostöövalmidust. (YouthHansa 2019)

Hansa tee on loodud ka edendama turismi läbi erinevate projektide ja atraksioonide nagu muuseumid ja pärandit ning kultuuri tutvustavate tuuride korraldamine. Samuti on ärilised huvid, kus eesmärgiks arendada Hansa linnade vahelisi kauplemisvõimalusi ning turundada Hansa ajastut läbi brändi (Khovanova-Rubicondo jt 2010:132). Näiteks Tallinnas on restoran Old Hansa, mis reklaamib ajastut väga hästi.

2.2.4 Seto Külävüü

Seto Külävüü, mis on Setomaa peamine turismimarsruut (joonis 3). Marsruut innustab kohtuma eriliste inimeste ja põnevate paikadega. Turismitee külge kinnituvad Setomaa külad, kirikud, kohvikud, muuseumid jms. Külävüü üks ots on Võõpsus, Setomaa põhjapoolses osas, mis läheb mööda Värskat ja Saatse, Obinita ja Meremäele, läheb edasi Võrru ning lõpeb Luhamaa piiripunktis. (Avasta Setomaad 2019)

Setomaa kohaturunduse fookus on rohkem suunatud lähiriikidesse – Venemaale, Läti ja Soome. Ka Lõuna-Eesti National Geographic kollaste akende ühisturundus on peamiselt nendele välisturgudele suunatud. Kollaste akende marsruudikaartidel on muude marsruutide seas ka Seto Külävüü rada kaardile märgitud. (Turismimarsruut Seto Külävüü...2014)

Kuluturiteed saab läbida autoga aga nii mõnigi huviline läbib tee jalgrattaga. Lisaks sellele on olemas hea rongiühendus. Tänu Orava, Koidula ja Piusa rongipeatustele on suvisel ajal

piirkonnas palju jalgrattureid, neile on piknikukohad ja välikaardid marsruudi planeerimisel heaks toeks. (Turismimarsuut Seto Külävüü...2014)

Seto Külävüü korraldab iga aasta mitmeid erinevaid üritusi nagu Seto kostipäiv, Seto kuningriigipäev jms. Seto kostipäiv ehk Setumaa kohvikute päeva korraldatakse korra aastas, mis toimub augustis. Ülle Pärnoja sõnul toimuvad kohvikutepäevad linnades, kuid kostipäeva kohvikud on avatud taluhoovides ja külataredes. Tänu kostipäevale saavad nad parimal viisil tutvustada maaelu võluseid ja erilist seto ning võro toidukultuuri. (Seto Külävüü kostipäiv...2015)



Joonis 3. Seto Külävüü kaart (visit setomaa 2019)

2.2.5 Sibulatee

Sibulatee asub Peipsiääre vallas ning selle süda Alatskivi asub Tartust ca 40 km autosõidu kaugusel (Sibulatee...2019). Kohapeale saab sõita auto või bussiga, soovi korral ka

jalgrattaga. Sibulatee alguspunktiks võib lugeda Varnjat ja selle lõpp-punktiks Kodavere kandis asuvat põlisküla Sääritsat (Sibulatee üks piirkond... 2018). Teekond on umbes 30 kilomeetrit pikk ning üks populaarsemaid sihtkohti on tänavkülad, kus mitmevärvilised vanausuliste kodud annavad juba esmavaatlusel märku, et tegemist on omanäolise kultuuriga, mis on end aastate jooksul vähe mõjutada lasknud (Sibulatee üks piirkond... 2018).

Sibulatee on 2009. aastal loodud MTÜ, mille tunnuslause on „Üks piirkond, kaks rahvust, kolm kultuuri“. Kolme kultuuri saab iseloomustada järgnevate objektidega: Alatskivi loss baltisaksa mõisakultuuri esindajana, Liivi muuseum Kodavere pärimuskultuuri ja Eesti talupojakultuuri esindajana ning Kolkja vanausuliste muuseum Vene vanausuliste kultuuri esindajana (Sibulatee turismipiirkonna... 2018:1).

Üheksa aastat tagasi oli Sibulatee liikumises vaid 8 ettevõtet. Nüüdseks on neid kokku juba 22, mille tegevusalade märksõnad on turism ja toit. Antud valdkonnad on omavahel seotud, kuna just põnevad maitseelamused on üks turistide liikuma panevaid jõude. (Sibulatee töö tunnustuse ... 2018:9).

Külli Must kirjutab oma artiklis ”Projekti idee on luua teemapargi sarnane terviklik ja kompaktne keskkond piiratud territooriumil. Kui teemapark on vahendatud reaalsus, siis siin on päris reaalsus. Loomulik keskkond, kus elavad pärisinimesed, ajalugu on igal sammul käegakatsutav, dialoogis tänapäevaga, erinevad kultuurid ja elulaadid on mitmekihiliselt põimunud. Teemapargilaadset keskkonda saab rajada tugevale kultuurilisele identiteedile, selgele eristumisele ja kindlustundele, et tehakse õiget asja. Kõik need eeldused on olemas.” (Sibulatee turismipiirkonna... 2018:1).

Uurimustööga alustades märkas, et Sibulatee ei ole ühendatud vaatamisväärsustega vaid antud projekti näol on tegemist ainult teenusepakkujate võrgustikuga. Märkas, et see on suur kitsaskoht, kuna inimesed tahavad siiski Sibulateed külastades õppida tundma ka materiaalselt pärandit.

Muinsuskaitse eestvedamisel loodi Eesti 100. sünnipäevaks interaktiivnemäng „Eesti 100 aaret“, mis viib huvilised seiklema Eesti kõige olulisematesse kultuuri- ja looduspärandiga seotud paikadesse (Uus äpp: muinsuskaitseamet...2018). Aarded valiti mängu 2015. aastal toimunud rahvahääletuse tulemusel, mängu valitud 100 aarde hulgas on nii kultuuri- kui looduspärandiobjekte (Eesti 100 aardemängus...2018).

Loodud mängust sai inspiratsiooni Sibulatee võrgustik, kes tahtis tähistada 10. tegevusaastat liitudes „Eesti 100 aaret“ keskkonnaga ning luua sinna teine mäng „Sibulatee 25 aaret“. Aardeid koguti kuni 10. veebruar 2019 ning kokku pakuti 36 erinevat objekti üle terve Sibulatee piirkonna. Pakuti nii loodusobjekte kui inimekatega loodud kunstiteoseid (25 aaret 2019). Sibulatee 25 aaret on leitavad aadressil <https://eesti100aaret.ee/mangima/sibulatee25/>.

Avatud kalasadamapäeva hakati korraldama alates 2016. aastast ning toimus sellel aastal kolmandat korda. Ürituse raames saab tutvuda sadamate ja kalandusega. Kalasadamates saab maitsta kohalikku kalatoitu, osta kaasa värsket kala ja kalatooteid ning võtta osa kogupereüritusest. Sadamates on kohal kalateadlased ja kalakokad; kohapeal saab osaleda käsitöötubades ja käia kalakohvikutes. Korraldatakse paadisõite, esinevad muusikalised kollektiivid ning erinevad õpitoad. (Avatud kalasadamate... 2019)

Sibulatee puhvetite päev on teine väga populaarne üritus, mis kasvab iga aastaga suuremaks. Pakutakse kohalikku toitu, korraldatakse näitusi ning teatri etendusi. Esinevad vanausuliste ansamblid, kunstide kooli lapsed kui ka aktiivsed külaelanikud ise. Puhveteid leidub Varnjas, Kolkjas, Varal, Kokoral, Alatskivil ja Koosal. (Sibulatee puhvetite...2018)

Lisaks nendele kahele korraldatakse veel mitmeid huvitavaid üritusi: Sibulatee Kala puhvetite päev, Varnja kalalaat, Juhan Liivi sünnipäeva, Josephine lillepidu, Naboika päev, Peipsi järvefestivali, Alatskivi vanavara laata, Rääbu päeva, Alatskivi lossipäeva, Kirjandusfestivali, Varnja SaunafEST, Kallaste kala- ja sibulalaata, Sibulatee uudseveinipäeva ja Alatskivi jõuluturg (Sündmused 2019).

2.3 Sertifikaadiga kultuuriteed

Kultuuriteede programm käivitati 1987. aastal Euroopa komisjoni poolt, kui kuulutati välja esimene kultuuritee Santiago de Compostela. Kultuuriteed loodi selleks, et kutsuda inimesi tutvuma Euroopa rikkaliku kultuuripärandiga ning ühendama inimesi ja kultuuripärandit erinevate riikidega. See aitab ka kaasa praktiseerimaks järgmised väärtusi nagu inimõigus, kultuuriline mitmekesisus, kultuuride vaheline suhtlus ja vastastikune hea läbisaamine riikide vahel. (Council of Europe 2019)

Euroopa komisjon tunnustab, et turismiteed on aastate jooksul järjest populaarsemaks muutumas. Kahe viimase aastakümne jooksul on turismiteed näidanud suurt potentsiaali. Seda tüüpi teede alustalaks on sihtkoha unikaalsus, autentsus, kohalikud teadmised, oskused, pärandid ja traditsioonid. (Božić, Tomić 2016:26)

Kultuuriteede võrgustik viib ellu erinevaid innovatiivsed tegevusi ja projekte, mis on seotud viie põhilise tegevusalaga: koostöö teadus- ja arendustegevustes; Euroopa pärandi, ajaloo ja mälestuste olulisuse suurendamine; kultuurilise ja haridusliku teabe vahetamine noorukite vahel, kaasaegse kultuuri ja kunsti praktiseerimine, kultuurturismi ja säästliku kultuuri arendamine. (About 2019)

Hetkel on Euroopa Komisjoni koduleheküljel 33 erinevat sertifitseeritud kultuuriteed. Antud teed põhinevad erinevatel teemadel, mis illustreerivad Euroopa ajalugu ja pärandit ning panustavad mitmekesisuse arendamisele tänapäeva Euroopas.

Kultuuriteede nimekirjas on 33 järgnevat teed ning nende kirjeldused on kättesaadavad aadressil <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/by-theme> :

1. Santiago de Compostela Pilgrims Route (1987)
2. The Hansa (1991)
3. Viking Routes (1993)
4. Via Francigena (1994)
5. Routes of El legado andalusi (1997)
6. Phoenicians' Route (2003)
7. Pyrenean Iron Route (2003)
8. European Mozart Ways (2004)
9. European Route of Jewish Heritage (2004)
10. Saint Martin of Tours Route (2005)
11. Cluniac Sites in Europe (2005)
12. Routes of the Olive Tree (2005)
13. Via Regia (2005)
14. Transromanica (2007)
15. Iter Vitis Route (2009)
16. European Route of Cistercian abbeys (2010)
17. European Cemeteries Route (2010)

18. Prehistoric Rock Art Trails (2010)
19. European Route of Historic Thermal Towns (2010)
20. Route of Saint Olav Ways (2010)
21. European Route of Ceramics (2012)
22. European Route of Megalithic Culture (2013)
23. Huguenot and Waldensian trail (2013)
24. Atrium (2014)
25. Réseau Art Nouveau Network (2014)
26. Via Habsburg (2014)
27. Roman Emperors and Danube Wine Route (2015)
28. European Routes of Emperor Charles V (2015)
29. Destination Napoleon (2015)
30. In the Footsteps of Robert Louis Stevenson (2015)
31. Fortified towns of the Grande Region (2016)
32. Impressionisms Routes (2018)
33. Via Charlemagne (2018)

Välja toodud teedest asub Eestis vaid kaks tükki. The Hansa ja European Cemeteries Route. Tuntum nendest kahest on Hansa tee.

2.4. Kultuurmaastikud

Kultuurmaastikud on lisatud UNESCO *World Heritage Site* süsteemi 1992. Aastal. *Kultuurmaastikud on defineeritud UNESCO poolt, kui pikaajalist koostöömist inimeste ja looduse vahel põliskultuurides. Lisaks sellele on kultuurmaastikud tekkinud põlisrahvaste poolt maa ümberkorraldustest, et paremini kohaneda maakasutuse ja ruumilise struktuuriga, et tagada ühiskonna muutumise poolt välja kujunenud vajadused.* (UNESCO, 2019)

Kultuurmaastikuid on nimetatud, kui multifunktsionaalsed maastikuteks, mis tagavad suure hulga teenuseid, millest saavad inimesed kasu (UNESCO). Näiteks kaupade ja toodetega varustamine, kohalike ressursside reguleerimine ja toetamine, kultuuriteenuste parandamine jms. Kultuurmaastikud on esile toonud nende vajalikkust ja kasulikkust ühiskonna taastamisest, mis on samal ajal harmoonias loodusega. (Campolo jt 2016:577)

Kultuurimaastiku säilitamisel on vaja põlisrahvaste teadmisi pinnasest, veest ja metsadest, kuna nende kogemus ja tegevus on kujundanud maastiku selliseks nagu see on ning need juhtimissüsteemid nt põllumajanduslikud hoiavad ära ohustatud kultuurimaastiku kadumise. (Campolo, 2016:577)

On olemas ka mõiste kultuuriline maastik ehk kultuuri maastik, mis on maastik läbi mille tutvustatakse kindlat kultuuri.

2.5. Kultuuriteede edukuse võtmelemendid

Enamasti arendatakse turismiteed järgnevatel eesmärkidel:

- hajutada turiste ja sellega seotud tulu
- tutvustada piirkonnas asuvaid vähemtuntud objekte
- tõsta sihtkoha üleüldist väärtust
- pikendada turistide sihtkohas veedetud aega
- meelitada sihtkohta uusi turiste ning kindlustada nende taas külastamine
- tõsta sihtkoha turisminduse jätkusuutlikkust

Hästi disainitud ja kujutlusvõimega turismiteed võivad pakkuda erinevaid eeliseid. Turismirajatiste ja -teenustega seonduv, näiteks restoranide ja kaupluste arendamine mööda turismiteed, soodustab turistide kulutusi piirkonnas rohkem hajutada. Täiendavate töökohtade pakkumine läbi kohalike teenuste arendamise turismi kaudu. Turismiturgude laiendamine ja keskmise kohal viibitud aja pikendamine, pakkudes külastajale erinevaid vaatamisväärsusi ja tegevusi. (Meyer 2004:14)

Nende eesmärkide saavutamiseks on aga vaja järgnevaid ettepanekuid, mis aitavad seda saavutada:

1. koostöövõrgustikud, piirkondlik mõtlemine ja juhtimine;
2. marsruudi asukoht ja selle lähedus piirkondlikele keskustele;
3. innovatiivne toote arendus;
4. infrastruktuur ehk majutus, toitlustus, puhkealad, tualetid jms;
5. ligipääsetavus;
6. kogukonna osalemine, ettevõtete arendamine ja innovatsioon;

7. informatsiooni kättesaadavus ja tee promomine (reklaam);
8. väikeettevõtluse arendamisele suunatud fookus. Selle sekkumise eesmärk on suurendada väike ettevõtjate turismiga seonduvast kasumist ja tagada see, et turismi kasv aitab kaasa piirkonna ettevõtluse ja edukuse suurendamisele (Ashley 2001).

Lisaks eelnevalt nimetatud tingimustele on teele ligipääsetavus üks oluliseks tingimuseks. Mida lähemale asub turismitee põhimaanteedele, seda konkurentsivõimelisem on ta turismisüsteemis. Näiteks ühendus põhimaanteega mõjutab oluliselt turismi arengut. Piirkondliku turismi kasvu peamiseks takistuseks võib saada transpordi halb juurdepääs (nt lennupiletite maksumus, ühistranspordi ühendus sihtkohaga). (Meyer 2004:15)

Marsruudi asukoht ja selle lähedus piirkondlikele keskustele määravad turisti, kes seda ala soovivad külastada. Seda infot saab ära kasutada turismitee loomisel, kui pannakse paika marsruut. Marsruut, mis asub peamistest piirkonna keskustest rohkem, kui paari tunni kaugusel, peavad turistile pakkuma lisaks vaatamisväärsustele ka majutus- ja toitlustusteenust. Enamus turismiteedest on suunatud päevareisijatele, tänu millele võib väheneda infrastruktuuri ja arendusele kuluvad kulutused. Marsruudid, mille eesmärk on meelitada ligi külastajaid, kes jäävad pikemaks ajaks on üldjuhul seotud füüsilise aktiivsusega nagu näiteks matkamine. Enamus teekondasid külastatakse vaid sellele põhjusel, et külastajad köidab tee poolt pakutavad tegevused. (Meyer 2004:15)

Üks kriitilisemad faktoreid eduka tee loomisel on selle vähene reklaamimine. Hea näide on Uus-Meremaal asuvas Dunedinist, kus asub umbes 100 erinevat teekonda, mis sobivad matkamiseks või jalgrattasõiduks. Kahjuks ei olnud isegi kohalikud nende teede olemasolust teadlikud. Selle tõttu ka loodud teede kasutamine kukkus läbi, kuna puudus informatsioon nende olemasolust. (Meyer 2004:16)

3. ANDMED JA METOODIKA

3.1. Metoodika

Käesoleva lõputöö eesmärgiks on analüüsida kultuuriturismi potentsiaali Sibulatee piirkonnas ja esitada uuringute tulemustest lähtuvalt Sibulatee arenguvõimalused.

Töö tulemuseni jõudmiseks oli vaja teha kaks uuringut. Esimese uuringuna viisin läbi teiste andmete analüüsi, milleks olid juhtumiuuringud nelja erineva turismitee näol. Seejärel tehti mööda Sibulateed liikudes poolstruktureeritud intervjuud kohalike elanikega, turistidega ja töötajatega.

Teiste andmete uuringu eesmärgiks oli leida olemasolevate turismiteede edukaks tegemise võtmeelemendid ning neid hiljem võrrelda Sibulateega, kas ja millisel määral need elemendid on olemas. Antud analüüsi tehes kasutasin CREM mudelit. Juhtumiuuringute hindamisel enne hinde panekut tegin põhjaliku taustauuringu hinnatava näitaja kohta. Seejärel moodustasin arvamuse, millise skoori peaksin panema, et hinnang oleks vääriline.

Esimese asjana viidi läbi nelja järgneva kultuuritee analüüs: *Camino de Santiago*, *The Hansa*, Seto Külävüü ja Sibulatee. Uuringu käigus koostasid Sibulateele kultuuriturismi pakkumise analüüsi. Viimase jaoks analüüsiti Sibulatee looduslikku keskkonda, infrastruktuuri, kultuuri atraksioone, söögikohtasid, majutusteenuseid ja muid põnevaid seiklusturismile omaseid tegevusi. Analüüsi eesmärgiks oli vaadata, millised võimalused on Sibulatee piirkonnal ning leida ka kitsaskohad, mida on vaja likvideerida enne, kui ala saab oma potentsiaali täita.

Juhtumiuuringuks valisin kolm erinevat kultuuri teed ja neljas oli uuritav tee ehk Sibulatee. Esimene kultuuritee on *Camino de Santiago* tee Hispaanias. Antud tee valisin, kuna see oli esimene Euroopa Komisjoni poolt sertifitseeritud tee. Lisaks sellele on *Camino de Santiago* üks tuntumaid kultuuriteid maailmas, millel on tugev kultuuriline fookus. Antud fookus on ka Sibulateel.

Teiseks valisin ma *The Hansa*. Valisin selle, kuna antud teed turundatakse kui brändi mitte teed. Teel on tugev ajalooline ja kultuuriline fookus aga puudub lineaarne käsitus. Otsustasin seda analüüsida, kuna Sibulateel ei ole võimalik üle piiri lineaarse teena areneda. Võimalus on aga brändina ennast edasi turundada näiteks üle Peipsi järve Venemaale.

Kolmandaks valisin ma Seto Külävüü. Valiku tegin antud tee kasuks, kuna kultuuritee on üsna sarnane Sibulateele. Mastaabilt on Seto Külävüü poole suurem aga asutamise aeg ning koha turundamise mõte on sama.

Rahvusvahelised ja riiklikud juhtumiuuringud võimaldavad teha kindlaks erinevate sihtkohtade edutegurid ning eksimused teede arengus. Sealjuures saab võrrelda sihtkohtade erinevusi ja sarnasusi. Võrreldakse CREM mudelis ette antud näitajaid ning nende skoor (lisa).

Viimase uuringuna kasutasin poolstruktureeritud intervjuusid kohalike elanikega, turistide ja poemüüjatega. Intervjuude eesmärk oli teada saada, kuidas suhtuvad kohalikud elanikud Sibulateesse ning teadlikust turistide seas, kas nad teavad sellisest võrgustikust ja kuidas nad suhtuvad sellesse. Intervjuud viisin läbi ettevalmistatud küsimustega aga jättes endale valiku võimaluse, kui vastaja on jutukam siis saan edasi küsida. Intervjuude küsimused on välja toodud lisas 1.

Sibulatee potentsiaali ja teiste kultuuriteede analüüsiks kasutasin eelnevalt koostatud CREM meetodit, mis on välja töötatud 2015 aastal. See töötati välja, kuna varem puudus mudel, mille järgi hinnata kultuuriteede olulisust ning kas antud kultuuritee väärtustab piisavalt pärandit ning majanduslikku mõju.

Varasemad laadsed mudelid hindasid vaid kultuuripärandit aga CREM mudel hindab ka mitmesuguseid rajatisi, infrastruktuuri, majutust jne. Turismimarsruut sisaldab tavaliselt mitmesuguseid rajatisi ja atraktsioone. Analüüsides, kuidas külastajad turismitooteid tajuvad ja hindavad turismitoodetena, ei peaks see hõlmama mitte ainult rada ja lähedal asuvaid maastikke ja vaatamisväärsusi, vaid seal hulgas ka rajatisi, puhkealasid, tualette, ligipääsetavust ja parkimist. Lisaks sellele ka majutust ja restorane. (Božić, Tomić 2016:29)

3.2. CREM mudel

Sanja Božić ja Nemanja Tomic töötasid välja universaalse kultuuriteede hindamise mudeli CREM (*Cultural Route Evaluation Model*), kus nad lasid oma ala ekspertidel hinnata nende poolt koostatud mudelit, mille järgi saab tulevikus kultuuriteede potentsiaali hinnata. (Božić, Tomić 2016:28)

Uuringu käigus paluti erinevatel ekspertidel hinnata kõikide näitajate tähtsust Liekerti skaalal 1-5, kus 1 märgib kõige vähem olulist näitajat ning 5 kõige olulisemat näitajat. Hinnang annab ekspertidele võimaluse väljendada oma arvamust iga alamgrupi kohta ja öelda, milline neist on kriitiline edu saavutamisel. Valiti eksperdid, kellel on kultuuriteede turundamise ja haldamise kogemus ning professoreid, kes on kultuuripärandile spetsialiseerunud. Vastajad olid pärit erinevatest Euroopa riikidest, kus on välja arenenud edukad turismiteed (Hispaania, Ühendkuningriik, Itaalia, Saksamaa, Tšehhi, Poola ja Serbia). (Božić, Tomić 2016:30)

Mudel koosneb kahest pearühmast, millest esimene hindab kultuuriteede põhilisi väärtuseid ja teine turismi põhised väärtuseid. Mõlemad rühmad jagunevad omakorda alamrühmadeks. Kultuuriteede põhilised väärtused jagunevad neljaks järgnevas kategooriaks: teaduslikud väärtused, kultuuritee spetsiifilised väärtused, majanduslik tähtsus ning kaitse ja säilitamise väärtused. Turismipõhised väärtused jagunevad kahte erinevasse alamrühma: kultuuritee funktsionaalsed väärtused ja turismoote lisaväärtused.

Teaduslike väärtuste alamrühm hõlmab järgnevaid näitajaid: kultuuriline väärtus, ajalooline väärtus, kunstiline väärtus, sotsiaalne väärtus, hariduslik väärtus, uurimisväärtus ja esteetiline väärtus. Antud loetelu on oluline kultuuripärandi hindamiseks (tabel 1).

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse olulisus					Importance factor	Alamgruppide maksimum väärtused
Kultuuriline väärtus (vaatamisväärsuste või kogu marsruudi kokkusobivus piirkonna, riigi või territooriumi kultuuriga)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,72	5
Ajalooline väärtus (ala võime edastada või jäljendada piirkonna, riigi või laiema territooriumi ajalugu)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,16	4
Kunstiline väärtus (väärtus, mis põhineb objekti unikaalsusel ning on heaks näiteks konkreetse isiku tööst)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,48	4
Sotsiaalne väärtus (koha võime saavutada ühiskondlikke sidemeid ja luua ühtne võrgustik. Olla kohaks, kus kogunetakse ning korraldatakse üritusi)	1-madal	2-keskmine	3-kõrge			2,32	3
Hariduslik väärtus (koht, kus saada teadmisi mineviku kohta ja anda neid edasi nooremale generatsioonile)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		3,96	4
Uurimisväärtus (kultuuritee panustamine teadus- ja uurimistöösse)	1-madal	2-keskmine	3-kõrge			2,60	3
Esteetiline väärtus (marsruudil olevate kohtade visuaalne kvaliteet)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,04	4

Tabel 1. Kultuuriteede teaduslikud väärtused (Božić, Tomić 2016:29)

Kultuuritee spetsiifilised väärtused esindavad teist alamrühma, mis hõlmab järgnevaid näitajaid: marsruudi ainulaadsus ja haruldus; marsruudi geograafiline iseloom; marsruudil olevate atraktiivsete sihtkohtade arv; teema atraktiivsus, mida marsruut edendab; kultuuri

marsruudi haldamise kava olemasolu; marsruuti haldavate organisatsioonide olemasolu (tabel 2).

Näitajad	Väärtuse olulisus					Im	Alamgruppide maksimum väärtused
Marsruudi ainulaadsus ja haruldus (lähedal asuvate sarnaste marsruutide olemasolu)	1-tavaline	2-vallas oluline	3-riigis oluline	4-üle maailmselt oluline		4,24	4
Marsruudi geograafilised omadused (kultuuritee territooriumi suurus)	1-vald	2-riik	3-mitu riiki			2,68	3
Atraktiivsete sihtkohtade arv marsruudil	1-puudub	2-vähe oluline	3-keskmine	4-oluline	5-väga oluline	3,84	4
Teema atraktiivsus, mida marsruut edendab (teema populaarsus ja atraktiivsus)	1-puudub	2-vähe oluline	3-keskmine	4-oluline	5-väga oluline	4,44	4
Kultuuritee tegevuskava või arengukava olemasolu	1-puudub	2- olemas mingisugune plaan	3-plaan olemas			4,32	4
Marsruuti haldavate organisatsioonide olemasolu	1-puudub	2-kohalik	3-riik	4-ülemaailmne		3,36	3

Tabel 2. Kultuuritee spetsiifilised väärtused (Božić, Tomić 2016:29)

Mudeli kolmas alamrühm hindab kultuuritee majanduslike väärtusi ning hindab järgnevaid näitajaid: kohaliku kogukonna panus, mõju laiemal piirkonnal majandusarengule või riigile tervikuna, investeringute potentsiaal, panus brändi loomisele, panus positiivse pildi loomisele ja piiriülese koostöö võimaluste arendamine (tabel 3).

Näitajad	Väärtuse olulisus					Im	Alamgruppide maksimum väärtused
Panus kohalikkude kogukonda (uute töökohtade loomine, uued võimalused kohalikele ettevõtetele)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,40	4
Mõju laiemal piirkonnal või riigi majandusarengule tervikuna (turistide poolt sisse toodud kasum, infrastruktuuri arendamine)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		3,84	4
Investeeringute potentsiaal (potentsiaal ettevõtete meelitamiseks investeerima antud kultuuritee arendamisse)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		3,68	4
Panus brändi loomisesse (kultuurilise marsruudi võimalus saada riiklikuks või rahvusvaheliseks kaubamärgiks)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,28	4
Panus riigi positiivse maine loomisele (mõjutades riigi positiivset mainet kultuuriturismi arendamise kaudu)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,68	5
Piiriülese koostöö võimalused (võimalused alade lisamiseks teistest riikidest marsruudil)	1-madal	2-keskmine	3-kõrge			3,20	3

Tabel 3. Kultuuritee majanduslik tähtsus (Božić, Tomić 2016:30)

Kultuuritee põhiväärtuste neljanda alamrühmana hinnatakse marsruudi kaitsmise ja säilitamise väärtusi. Näitajaid, mida selles alamrühmas analüüsitakse on marsruudil olevate atraksioonide hetkeolukord, alade haavatavus, kaitse tase ja sobilik arv turiste ühe kordse külastuse kohta ühele vaatamisväärtusele (tabel 4).

Näitajad	Väärtuse olulisus				Im	Alamgruppide maksimum väärtused
Vaatamisväärsuste hetkeolukord teekonnal	1-väga kahjustatud (inimtegevuse mõjul)	2—keskmiselt (looduslikel mõjudel)	3-kerget kahjustunud (peamised elemendid on)	4—pole üldse kahjustunud	4,16	4
Haavatavus (haavatavuse tase teekonna sihtkohtadele)	1- kõrge	2- keskmine	3- madal või puudub		3,28	3
Kaitsestaatus	1-kohalik	2- valla põhine	3-riiklik	4-üle	4,12	4
Sobilik arv turiste ühe kordse külastuse kohta ühele vaatamisväärtusele (arvestades asukoha hetkeolukorda ja haavatavust)	1 0-10	2 11-20	3 21-50	4 rohkem kui 50	3,64	4

Tabel 4. Kaitse ja säilitamise väärtused (Božić, Tomić 2016:30)

Viimaseks alamrühmaks on kultuuritee funktsionaalsed väärtused, kus hinnatakse järgnevaid näitajaid: sihtkohtadele juurdepääsetavus, täiendavad kultuurilised ja looduslikud väärtused, marsruudi asukoht, turismimärgistus, elementide koondumine marsruudil ja suurlinnade lähedus (tabel 5).

Näitajad	Väärtuse olulisus				Im	Alamgruppide maksimum väärtused
Sihtkohtadele juurdepääsetavus (sihtkohale jõudmiseks kasutatavad võimalused)	1—madal (jalgsi kasutada erivarustust ja giidi abi)	2—keskmine (jalgratta ja muude inimjõudu vajavad transpordivahendid)	3—kõrge (auto,buss)		3,08	3
Täiendavad kultuurilised ja looduslikud väärtused (täiendavate looduslike ja inimtekkeliste väärtuste arv 5 km raadiuses)	0.50 – 1	1 –2 to 3	1.50–4 to 6	2—rohkem, kui 6	2,48	2
Marsruudi asukoht (turist ja geograafiline asukoht ning oluliste teedevõrkude lähedus)	1—ebamugav	2—keskmiselt mugav	3—soodne		2,60	3
Turismimärgistus (infoauad, mis näitavad vaatamisväärsuste asukohta ja kaugust)	1-puudub	2-vähe	3-keskmine	4-palju	3,80	4
Elementide koondumine marsruudil (vaatamisväärsuste arv võrreldes marsruudi pikkusega)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	3,5	4
Suurlinnade lähedus kultuuriteele	0.50–more than 50 km	1–50 to 25 km	1.50–25 to 5 km	2–less than 5 km	2,36	2

Tabel 5. Kultuuritee funktsionaalsed väärtused (Božić, Tomić 2016:30)

Teine pearühm on turismi põhised väärtused, mille näitajad on järgnevad: autentsete kogemuste ja võimaluste pakkumine, huvitavaid külastusi turistidele, marsruudil olevate alade atraktiivsus, interpretatsiooni võimalused, reisikorraldus büroode olemasolu marsruudil, turismi külastuste tase, autentsete suveniiride olemasolu (tabel 6).

Näitajad	Väärtuse olulisus					Im	Alamgruppide maksimum väärtused
Edendamine (reklaamivahendite tase ja arv)	1-kohalik	2- valla põhine	3-riiklik	4-üle maailmne		4,08	4
Külastamaja teenused (majutamine marsruudi lähedal)	1—rohkem kui 25 km	2—10–25 km	3—5–10 km	4—vähem kui 5 km		4,28	4
Restoranteenused (lähedal asuvad restoranid)	1—rohkem kui 10 km	2—5–10 km	3—5–1 km	4—vähem, kui 1 km		4,20	4
Giiditeenuse olemasolu (kui on olemas - teadmiste tase, võõrkeele (te) tundmine, tõlgendamisoskused)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,88	5
Turismiinfrastruktuur (täiendava infrastruktuuri tase turistidele (jalakäijate teed, puhkekohad, prügikastid, tualetid jne))	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		3,52	4
Tõlgendamisvõimalused (huvitav lugu saab rääkida marsruudist)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,92	5
Erivajadustega isikutele võimalik alal olla (erinevate ürituste korraldamise võimalused)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		2,48	2
Animatsiooni võimalused (ajalooliste sündmuste, huviprogrammide jms rekonstrueerimine)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,24	4
Autentsete kogemuste pakkumine	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,8	5
Võimalused huvitavate külastuste pakkumiseks turistidele	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4,4	4
Marsruudi atraktiivsus (marsruudil olevate saitide atraktiivsus turistidele)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,64	5
Turismikülastuste tase (turistide arv aastas)	1—madal (vähem, kui 25,000)	2—keskmine (25,001 kuni 50,000)	3—kõrge (50,001 kuni 100,000)	4—väga kõrge (rohkem, kui 100,000)		3,88	4
Täiendavate tõlgendamisvõimaluste olemasolu (tõlgendavad paneelid, külastaja- ja teabekeskused, muuseumid, eksponaadid)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4,52	5
Reisikorraldusega seotud büroo olemasolu, kes vajadusel korraldab reisi kultuuriteel (marsruudi olemasolu reisibüroodes)	1- madal või puudub	2-keskmine	3-kõrge			3,04	3
Autentsete suveniiride olemasolu (marsruudi teemaga seotud suveniirid)	1-puudub	2-madal kvaliteet	3- keskmine kvaliteet	4-kõrge kvaliteet		3,56	4

Tabel 6. Turismitoote lisaväärtused (Božić, Tomić 2016:30)

Kui oli kõikide ekspertide käest hinnangud teada saadud, siis arvutati välja iga näitaja keskmine tähtsuse tegur ehk Im.

Järgmise sammuna tuli selgeks teha, kuidas anda väärtustele punkte ehk alates millest läheb väärtus suuremaks:

- Alamgrupp mille Im on 1 kuni 1.49 antakse 1 punkt

- Alamgrupp mille Im on 1.5 kuni 2.49 antakse 2 punkt
- Alamgrupp mille Im on 2.5 kuni 3.49 antakse 3 punkt
- Alamgrupp mille Im on 3.5 kuni 4.49 antakse 4 punkt
- Alamgrupp mille Im on 4.5 kuni 5 antakse 5 punkt

Seejärel anti igale väärtusele oma tähendus, mille järgi saab tulevikus marsruuti hindama hakata.

3.3 Intervjuud

Viimase uuringuna kasutasin poolstruktureeritud intervjuusid kohalike elanikega, turistide ja teenusepakujatega. Intervjuude eesmärk oli teada saada, kuidas suhtuvad kohalikud elanikud Sibulateesse ning teadlikust turistide seas, kas nad teavad sellisest võrgustikust ja kuidas nad suhtuvad sellesse. Intervjuud viisin läbi ettevalmistatud küsimustega, mida tahtsin kindlasti teada saada aga samas jätsin ka endale valiku võimaluse, kui vastaja on jutukam siis uurin edasi. Intervjuude küsimused on välja toodud lisas 1.

Intervjuud viisin läbi silmast-silma liikudes mööda Sibulateed ringi. Kõige lihtsam oli käia ettevõtetes ja intervjuuerida poemüüjaid, kuigi kliente väga ei käinud siis oli neid üsna raske intervjuuerida, paljud neist rääkisid üsna kehvasti eesti keelt või olid väga napolisõnalised. Kohalikke elanikke ja turiste oli veidi raskem küsitleda, sest neid pidin ma pikemalt otsima, kahjuks polnud turismihooaeg päris alanud. Kõige lihtsam oli leida turiste Alatskivilt, sest loss on üks olulisemaid vaatamisväärsusi antud kohas ja seda külastatakse aktiivselt aasta ringselt.

Intervjuuerimist alustasin Varnja alevikust, kust leidsin kuus turisti, kes sõitsid ratastega mööda alevikku. Kõik olid eestlased ja olid hea meelega nõus vastama minu küsimustele. Nemad olid rattad laenutanud Peipsimaa külastuskeskusest ning nende soov oli tutvuda Kolkja-Kasepää-Varnja ridakülaga. Nende külastuse eesmärk oli tutvuda Sibulatee kolme kultuuriga ning saada osa nii vaimsest kui ka materiaalsest pärandist. Samuti olid nad külastusega väga rahul ning tuleksid kindlasti uuesti tagasi.

Liikusin mööda Varnjat ringi aga kahjuks ei olnud ühtegi kohalikku võimalik intervjuuerida, kuna kõiki keda kõnetasin rääkisid vaid vene keelt. Läksin edasi Kasepää alevikku ning esimese asjana külastasin kohalikku poodi, kus sain rääkida poemüüjaga.

Varnjas sain ka kahe kalamehega suhelda, kes parasjagu hakkasid Peipsi äärde kalale minema. Nende käest sain teada, et nendele meeldib Peipsi ääres kalal käia ning see on nendekeskis juba traditsiooniks saanud. Peipsi peal meeldib neile kõige rohkem talvist kalapüüki harrastada. Kahjuks aga nad ei teadnud midagi Sibulatee võrgustikust aga olid teadlikud piirkonna huvitavast kultuuriloost.

Kasepää tänavad olid märgatavalt tühjamad, kui Varnjas. Tänaval oli mõni üksik laps mängimas ning ka täiskasvanuid polnud silmapiiril. Järgmine peatuspunkt oli Kolkjas, kus rääkisin samuti kohaliku poemüüjaga aga temaga jäi jutt üürikeseks. Kahjuks polnud ta Sibulatee võrgustikust kuulnud ning ei osanud ka turistide arvu muutust kommenteerida.

Üritasin leida kohalikke ja turiste Nina külast ning Kolkja alevikust aga kahjuks ei kohanud ühtegi. Viimane koht, kus intervjuusid läbi viisin oli Alatskivi, kus mul õnnestus nii mõnegi kohaliku inimese ja turistiga rääkida. Samuti intervjuueerisin sealset Olerexi töötajat, sest arvan tema näeb kõige paremini turismivoogu.

Alatskivi loss on Sibulatee võrgustikus kõige tuntum koht siis otsustasin viimase sihtkohana sinna minna. Turistidega rääkides jagunesid teadmised kaheks, pooled neist teadsid Sibulatee võrgustikust ning tulidki just seda uudistama. Teine pool tulid lihtsalt jalga sirutama teel Peipsi äärde või soovisid lihtsalt mõnda huvitavat kohta vaadata.

Intervjuudest koostatud maatrikstabelid asuvad lisa 3-lisa 5.

4. TULEMUSED

4.1 Juhtumiuuringute analüüs

Juhtumiuuringuteks valisin *Santiago de Compostela*, *The Hansa*, Seto Külävüü ja Sibulatee. Nende analüüsimiseks kasutasin CREM mudelit. Tulemuste tabelid on välja toodud lisades 6-11. *Santiago de Compostela* puhul valisin palverändurite poolt kõige rohkem läbitava teekonna, milleks on *French way*.

4.1.1 Santiago de Compostela (*French way*)

Santiago de Compostela turismiteedest on kõige populaarsem nendest *French way* (joonis 4).



Joonis 4. *Camino Frances* ehk *French way* (Camino...2019)

Kultuuriteede teaduslike väärtuste tabel (lisa 6), kultuuriteede spetsiifiliste väärtuste tabel (lisa 7), kultuuritee majandusliku tähtsuse tabelis (lisa 8) ja kultuuritee funktsionaalsete väärtuste tabelis (lisa 10) on *French way* saanud maksimumskoori. See pole küll üllatav tulemus, kuna tegemist on esimese ametliku kultuuriteega ning palverändurid on mööda Camino de Santiagot rännanud juba aastatuhanded. Tee läbib kaheksat suurlinna ning infrastruktuur on teiste teedega võrreldes väga hea. Olemas on teeviidad, kergliiklusteed, puhkealad jms. Antud tee puhul on ööbimiseks väga palju võimalusi alustades hostelitest kuni luksus sviitideni välja. Soovitatakse lausa aegsasti ööbimise koht ette broneerida, et saaks kindlasti majutuse. Söögikohad ja toidupoeid ei ole kaugemal kui 10-15 km.

Majanduslikult on Santiago de Compostela Hispaaniale väga oluline. Tänu kultuuriteele saabub turiste erinevate motiividega (religioossed, kultuurilised jms) ning elavdavad tänu sellele majandust antud piirkonnas. Tänu suurele turismivoole on investeerimiskeskond ka parem, sest firmad julgevad oma raha investeerida. Tegemist on üle maailma tuntud ning olulise brändiga ning piiriülene koostöö on väga hea. Prantsusmaa ja Hispaania fookus on küll natukene erinev, kuid nad teevad koos siiski ühiseid jõupingutusi, et kõik toimiks endiselt.

Kaitse ja säilitamise väärtuste tabelis (lisa 9) jäi Santiago de Compostela ilma vaid ühest punktist. See oli haavatavuse tase teekonna sihtkohtadele, kuna tegemist on kõige populaarsema teega antud teede võrgustikust siis ümbritsevale keskkonnale võib inimeste hulk kahjulik olla. Kultuuriteed saab läbida jalgsi, rattaga, autoga ja bussiga. Kahjuks viimase kahe liikumisvahendi puhul ei saa rännakut enam palverännakuks nimetada. Teed läbitakse isegi hobuste ja eeslitega. Marsruut kulgeb läbi kauni maastiku (ilusate orud, viinamarja põllud jms).

Turismoote lisaväärtuste tabelis (lisa 11) selgus aga paar näitajat, mis ei andnud teele maksimaalset skoori. Nendeks oli konverentside ja ürituste korraldamine ning ajalooliste sündmuste ja huviprogrammide rekonstrueerimine. Konverentside pidamine ei ole antud teele küll esmatähtis, mis tõttu pole nende arendamisele rõhku pandud. Suurlinnades on valikuvariante oluliselt rohkem. Ajalooliste sündmuste rekonstrueerimine ei ole samuti alal esmatähtis, kuna sellele ei jaguks väga huvilisi. Terve tee on kui rännak läbi ajaloo. Suur hulk erinevaid teenusepakkujaid pakuvad võimalust osta erinevaid pakette. Soovi korral on võimalik soetada endale isegi pakett, et kõnnid terve tee ehk 800 km jalgsi sihtkohani..

4.1.2 The Hansa

The Hansa on suur võrgustik, mis turundab Hansa teed kui ajaloolist brändi. Selles osalevad 176 linna 16 erinevast riigist. Kultuuriteede teaduslike väärtuste tabelis (lisa 6) sai Hansa tee hea skoori. Kultuuriline, ajalooline, sotsiaalne, esteetiline ja uurimis väärtused said maksimaalse tulemuse. Kõikides linnades korraldatakse iga aastane üritus nimega hansapäevad, mille raames muutub territoorium keskaegseks linnaks. Tänu hansapäevadele tuleb välja linnade võime kehastuda täiesti teistsugusesse ajastusse.

Kultuuriteede spetsiifiliste väärtuste tabelis (lisa 7) on näha, et marsruut on saanud kõrge skoori. Kultuuritee on ainulaadne, geograafilised tingimused on head ja turistidele pakub tee teema huvi. Täieliku edukuse saavutamiseks on vaja koostada ühtne marsruudi haldamise kava, kuna hetkel üldine tegevuskava puudub ning on vaid regionaalsed kavad siht paikadele eraldi. Antud lahendus ei ole koostatud samadel tingimustel vaid igal riigil on oma nägemus. Kuigi Hansa teega liitumisel on koostatud eraldi standardid, mis peavad olema täidetud ei ole see siiski piisav. Hansa teel ei ole ühte juhtivat organisatsiooni vaid iga riik vastutab ja korraldab seda ise. Siiski korraldavad nad korra aastas koosolekuid, kus arutatakse läbi ühiste ürituste korraldamise tulevikuplaanid.

Kultuuritee majandusliku tähtsuse tabelis (lisa 8) on näha, et majanduslikult on turismitee oluline. Muidugi on selle osatähtsus sõltuvalt sihtkohast erinev. Hansapäevadel osalemine ja teised Hansa tegevused on innustanud mitmeid linna arendama uusi turismitooteid. Näiteks Tartus 2005. aastal toimunud ülemaailmse hansapäeva jaoks taastati 14. sajandi kaubalaev. Nüüdseks tehakse laevaga erinevaid reise Emajõel ning on saanud üheks populaarseks atraksiooniks Tartus. Samuti aitas hansapäevade korraldamine kaasa Antoniuse õuel Meistrite Maja renoveerimisele ja arendamisele. Tänu sellele on võimalik külastada Antoniuse õu Meistrite Maja erinevaid õpitubasid. Kohalikud hansapäevad annavad võimaluse väikeettevõtjatel oma tooteid müüa, luues seeläbi uusi töökohti ja panustada majanduskasvu.

Paljude linnade turismivaldkonnas ei ole Hansa bränd kõige populaarsem, siiski nad teadvustavad seda ning korraldavad iga aasta endiselt hansapäevi. Hansa teed ei saa turundada kui ühtset võrgustikku, kuna Hansalinnad jagunevad mööda Euroopat laiali. Seetõttu on turistidel raskem kultuuri teedega tutvuda, sest peavad valima kindla sihtkoha, mida külastada soovivad. Samuti teeb see keeruliseks antud ajastuga tegelevatele ettevõtetele säilitada oma majanduslik võimekus kui nad asuvad Hansa linnast eemal. Kohalikke ettevõtteid on vaja innustada arendamiseks uusi tooteid. Näiteks korraldama Hansa teemalisi ekskursioone, kus näidatakse erinevaid muuseume, kirikuid, töötube samuti jutustama lugusid Hansa aegadest.

Kultuuritee funktsionaalsete väärtuste tabelis (lisa 10) on tulemuste skoor üsna hea. Sihtkohad asuvad enamasti suuremates linnades ja nendele ligipääs on tagatud bussiga, autoga, jalgrattaga ja jalgsi. Mõnes linnas pakutakse ka muid transpordiviise, näiteks laenutatakse tõukerattaid või tandemrattaid. Samuti on vaatamisväärsuseid linnades ja nende

lähiumbrustes rohkelt, küll mitte teemaga kokku minevaid aga tegevust on küllalt. Kahjuks ei turustata antud teemat enamuses linnades esmajärgus, sest pole korrektset viidastatust, mis aitaks turistil huvi tekitada keskaegse teema vastu. Keskaegsed kaubanduslinnad on tänapäeval suureks arenenud ning suurem osa vaatamisväärsuseid asub kahjuks kesklinnades.

Hansalinnad on enamasti tuntud, kui suurlinnad siis turismitoote lisaväärtuste tabelis (lisa 11) tuleb see ka hästi välja. Majutus, toitlustus ja turismi infrastruktuur on väga hästi arenenud ning ei pea kaugelt otsima. Samuti mahutab linna rohkem külastajaid. Hansa teel on üksikuid erainvestoreid, näiteks suurim neist on Air Baltic, kes pakub odavamaid lende Hansa linnadesse, et sihtkohti külastaksid suurem hulk turiste. Kahjuks ei ole eriti reisibüroosid, kes pakuksid Hansa tuure. Samuti on puudulikud Hansa teed reklaamivad koduleheküljed, kus info on väga laialivalgunud või puudulik.

4.1.3 Seto Külävüü

Kultuuriteede teaduslike väärtuste tabelis (lisa 6) näitab, et kultuuriline, ajalooline, sotsiaalne, esteetiline ja hariduslik väärtus on saanud maksimum punktid. Seda saab selgitada sellega, et Seto Külävüü annab edasi mälestusi ja kogemusi piirkonna ajaloost. Seto kultuur on põhiliselt seotud suulise kultuuriga, mille põhiväärtusi on edasi antud lauldes nad eriti tuntud oma laulutradsioonide poolest (Seto kultuur 2019).

Kultuuriteede spetsiifiliste väärtuste tabelis (lisa 7) on vaid marsruudi geograafilisel iseloomul ja marsruudi teema atraktiivsusel maksimaalne skoor. See on ka arusaadav, sest Seto Külävüü kulgeb mööda kahte põhimaanteed: Tallinn–Tartu–Võru–Luhamaa (2) ja Riia–Pihkva (7). Lisaks sellele kulgeb marsruut mööda erinevaid kõrvalmaanteid. Geograafiliselt hea asukoht tuleneb ka Venemaa ja Läti turu lähedusest, mis annab teele hea võimaluse areneda ka riigi piiridest välja.

Setomaa arengukavas on kirjas, et turism on Setomaal üks olulisemaid ettevõtlusvaldkondi (Setomaa valla...2018:25). Kultuuritee majandusliku tähtsuse tabelis (lisa 8) on näha, et ainult üks näitaja saavutas maksimaalse skoor, milleks sai piiriülese koostöö võimaluste arendamine. Tänu soodsale asukohale saab turismiteega liita Läti ja Venemaa ettevõtjaid ning vaatamisväärsuseid. Lisa 8 on näha, et Seto Külävüü saavutanud natukene üle poole

oma potentsiaalset aga arenemisvõimalust veel rohkelt. Võrgustiku arenemine aitab luua uusi töökohtasid. Värskas Sanatoorium aitab turiste piirkonda tuua aga sellega, et nad kauemaks jääks ning ümbruskonnaga tutvuks, peab rohkem tegelema. Turismiteel on potentsiaali saada riiklikuks või isegi rahvusvaheliseks kaubamärgiks, kuid siis vajaks piirkond investeeringuid, sest ainult toetusprogrammidega ei saavutata soovitud tulemusi.

Setomaa valla arengukavas öeldakse, et Setomaa suurimaid tugevusi on selle puhas ja rikkalik looduskeskkond (Setomaa valla...2018:38). Seda näitab ka kaitse ja säilitamise väärtuste tabel (lisa 9), kus on tulemused peaaegu maksimaalsed. Mudelil kadus paar punkti sellepärast, et kaitsestaatus antud teel vaid riiklik. Seda seepärast, et antud koha vastu puudub piiritagune huvi. Samuti vaatamisväärsustel korraga viibivate turistide mahutavus. Viimast oli väga raske hinnata, kuna tegemist on maailma mastaabis väikse teega ning vaatamisväärsused üsna väiksemahulised. Mõned kohad mahutavad rohkem, kui 20 inimest korraga, kuid objekti heaolu huvides ei ole mõistlik nii paljudel turisti meelt korraga lahutada.

Kultuuritee funktsionaalsete väärtuste tabelis (lisa 10) on tulemuste skoor üsna hea. Lausa kolm näitajat on saanud maksimaalse punktisumma. Sihtkohale juurdepääs alale on soodne, sest saab autoga, bussiga, rongiga ja rattaga. Samuti on vaatamisväärsuste koguarv võrreldes tee pikkusega väga hea ning ametlikust marsruudist väljas asuvaid kultuuriväärtusi leidub samuti. Kuigi alale saab autoga kergesti siis päris mitmed kõrvalteed on halvas olukorras ning vajaksid hädasti taastamist. Turismimärgistatus on teel üsna hea, kuna 2014. aastal paigaldati teele 130 uut viita, 12 välikaarti, 8 puhkekohta ja 3 infotulpa (Turismimarsruut Seto... 2014). Viie aastaga on teega liitunud uusi teenusepakkujaid siis on vajalik nendeni viivate viitade paigaldust.

Turismitoote lisaväärtuste tabelis (lisa 11) selgus paar näitajat, millele pole piisavalt tähelepanu pööratud ning investeeringuid tehtud, et muuta teekond turistidele kättesaadavamaks ja mugavamaks. Seto Külavüü üks suurimaid probleeme on turundamise puudulikkus turistidele. Ala külastajatest moodustab valdava osa siseturistid ning välituristide osakaal on Lõuna-Eestis üsna väike (Mis peitub... 2017). Turundus käib põhiliselt sotsiaalmeedias ning läbi Setomaa kodulehekülje. Kohalikes ajalehtedes ja ajakirjades jagatakse enamasti informatsiooni Seto Külavüü poolt korraldatavate ürituste kohta. Setomaa pakub erinevaid giidiga reise enda kohalikust koduleheküljelt ja lisaks on võimalik tellida puhka Eestis kodulehekülje kaudu. Kahjuks reklaamitakse seda, kui

Setomaa tuuri mitte Seto Külävüü tuuri, mis on vaid üks osa sellest ringkäigust. Seda kõike on võimalik uurida mitmes erinevas keeles aga mulle tundub, et see pole siiski mugavalt kättesaadav. Teed turundatakse ainult piirkondlikult ning veidi ka riigi põhiliselt aga kahjuks mitte välisriikidele. Positiivne on see, et kultuuriteel on oma lehekülg ning seal on kõik oluline turistile kättesaadav: vaatamisväärsuste, majutus, toidlustus ja reiside informatsioon.

Majutusasutusi on arvestades külastuse suurust ning tee pikkust tasakaalus. Kokku on 29 erinevat majutusk kohta, kahjuks on mõni majutusasutus Seto Külävüüst veidi kaugemal aga, kuna kultuuritee ala maailma mastaabis tegelikult väike siis autoga on väga lihtne ligi pääseda, seega ei tohiks see takistus olla. Majutuskohad on enamasti autentseid ning pakuvad lisaks majutustele ka muid teenuseid. Lõuna Lehe artiklis on kirjas, et 2013. aastal majutati Setomaal umbes 22 300 inimest, siis 2016. aastal oli see tõusnud juba 27 800 külastajani (Mis peitub... 2017). Seda arvu on suurelt mõjutanud kultuuriteel asuv Värskas Sanatoorium, kes majutab sellest arvust ca 80% ning mille külastajad tegelikult ei tea, et sanatoorium on osa Seto Külävüüst (Setomaa valla... 2018:25).

Toitlustusteenuseid on keskmiselt, kokku 12 ning vahemaad jäävad enamasti 15-20 km kaugusele. Toitlustuskohad on küll üksteisest kaugel, kuid Obinitsas, Värskas ja Kalatsovas asuvad mitu kohta ka üksteisega lähestikku. Suurem osa söögikohtadest pakuvad autentseid elamusi nii söögi kui ka läbi riietuse ning kommete. Setomaal on neliteist erinevat giidi, kes oskavad rääkida seto, võru, eesti, vene, inglise, läti, leedu, soome, rootsi, hispaania, saksa, ungari ja prantsuse keelt (Setomaa giidid 2019).

Turismiga seotud infrastruktuur nagu jalakäijate teede, puhkekohtade, tualettide ja prügikastide olemasolu alal on suureks probleemiks, seda on mainitud ka Setomaa arengukavas.

Turismitee alal saab rekonstrueerida mineviku sündmusi, mida tehakse enamasti ürituste raames. Tutvustatakse seto keelt, kombeid ja laule. Kõik antud tegevused muudavad ala turistile atraktiivsemaks, sest see rõhutabki ala erilisust. Turist soovibki tavaliselt saada enda igapäeva elukeskkonnast eemale ja tunda midagi uut. Siseturisti jaoks ongi see eriti hea, kuna see tekitab tunde, et nad on kuskil täiesti uudses kohas. See muudab turisti kogemuse dünaamiliseks ja huvitavaks.

4.1.4 Kokkuvõte

Võrreldes kõiki kolme juhtumiuuringut ning nendele iseloomulikke omadusi on kindlasti kõige sarnasem Sibulateele Seto Külävüü. Camino de Santiagot saab aga võtta heaks näiteks, kuna antud tee on üle maailma tuntud ja lisaks veel väga edukas. Kui analüüsida kõiki turismiteid kirjanduse ülevaates kirjeldatud kaheksa kultuuritee edukuse võtmeelemendiga siis on need kõik saavutatud vaid Camino de Santiago kultuuritee. Hansa teel on ka antud elemendid olemas aga kuna Hansa tee näol on tegemist brändiga siis antud võtmeelemendid on natukene teistmoodi täidetud.

Kõikide teede ühise joonena tuli välja rahastamine ning investeeringute küsimine. Camino de Santiago puhul olid kõik võimalikud asjad tehtud, mis enamuses teedel investeeringute vähesuse tõttu tegemata jäävad. Camino de Santiago puhul oli rahastamist ka lihtsam leida, sest iga aasta käib seal sadu tuhandeid inimesi ning seda vaid antud teekonnal. Turismindusega pole seal probleeme. Seda ei olnud tehtud näiteks Seto Külävüül, sest tegemist on üsna väikese projektiga veel, mis ei ole veel saavutanud oma täielikku potentsiaali. Mistõttu investeeringute vähesuse tõttu ei ole ka saanud varjust välja tulla. Sama lugu on ka Hansa teega, kus iga riik vastutab ise piirkonna hea struktuuri ja reklaami eest. Lisaks sellele oli kõikide kolme tee eesmärgiks majandusliku arengu tagamine ning kultuuripärandi säilitamine. Suuresti sõltusid teed ka siseturistid külastustest.

4.2 Sibulatee

Sibulatee alustas oma tegevust 2009. aasta suvel, kui loodi MTÜ Sibulatee. Sibulatee arengukavas on kirjas, et *Kesk-Peipsimaa turismiettevõtjate poolt sooviga ühiselt piirkonda tutvustada ja turundada. Koostegutsemisest loodeti kasu nii piirkonna tuntuse kasvule kui sooviti jõudusid ühendades säästa aega ja finantse. Sibulatee võrgustikuga liitus MTÜ alustamisel 16 ettevõtet ja organisatsiooni. Kuna piirkonnal ei olnud ajalooliselt ühtset identiteeti, otsustati, et luuakse kunstlikult uus sihtkoht.* (Sibulatee võrgustiku...2019:4)

Kultuuriteede teaduslike väärtuste tabel (lisa 6) näitab, et kultuuriline, ajalooline, sotsiaalne ja hariduslik väärtus on saanud maksimumpunktid. Sibulateel on kolm erinevat kultuuri, tänu sellele on turismitee ajalooline ning kultuuriline väärtus hindamatu. Peipsiääre valda tuntakse eelkõige kalapüügi ja sibulakasvatuse poolest. Kultuuripärand on sihtkohas mitmekesine ning tänu sellele on mitmeid variante, kuidas ja milliseid teadmisi edasi anda

nii kohalikule kui turistile. Sibulatee võrgustiku raames korraldatakse ka mitmeid üritusi, mis seostub piirkonna ajalooaga. Piirkond on esteetiliselt ilus, kahjuks on mitmeid erinevaid kohti, mis nõuaksid lisa tähelepanu. Näiteks Varnja-Kasepää-Kolkja teelõigul on väga palju võsa, mis rikub visuaalset kvaliteeti. Mitmetes kohtades oled küll teadlik, et sõidad mööda Peipsi järvest aga seda on näha vaid mõne raagus oksa varjus, sest hooldamata piirkonnast ei paista järv möödujale välja. Samuti mööda tänavküla sõites on üsna mitmeid varemeid näha taastatud majade kõrval.

Kultuuriteede spetsiifiliste väärtuste tabelis (lisa 7) on vaid marsruudi teema atraktiivsusel maksimaalne skoor. Tegemist on väiksel alal kolme kultuuri turundamisega, mida ei ole kuskil mujal Eestis näha. Kolme kultuuriloo hoidmine teeb piirkonna ainulaadseks ja haruldaseks. Geograafiliselt hea asukoht tuleneb Tartu linna ja Peipsi järve lähedusest. Kahjuks ei vii piirkonda ühtegi põhimaanteed, mida mööda rohkem turiste liiguks. Õnneks on Peipsi järv ise küllalt hea tõmbekeskus. Sibulateel on olemas ka arengukava, mis on hiljuti koostatud. Marsruuti haldab kohalik MTÜ Sibulatee.

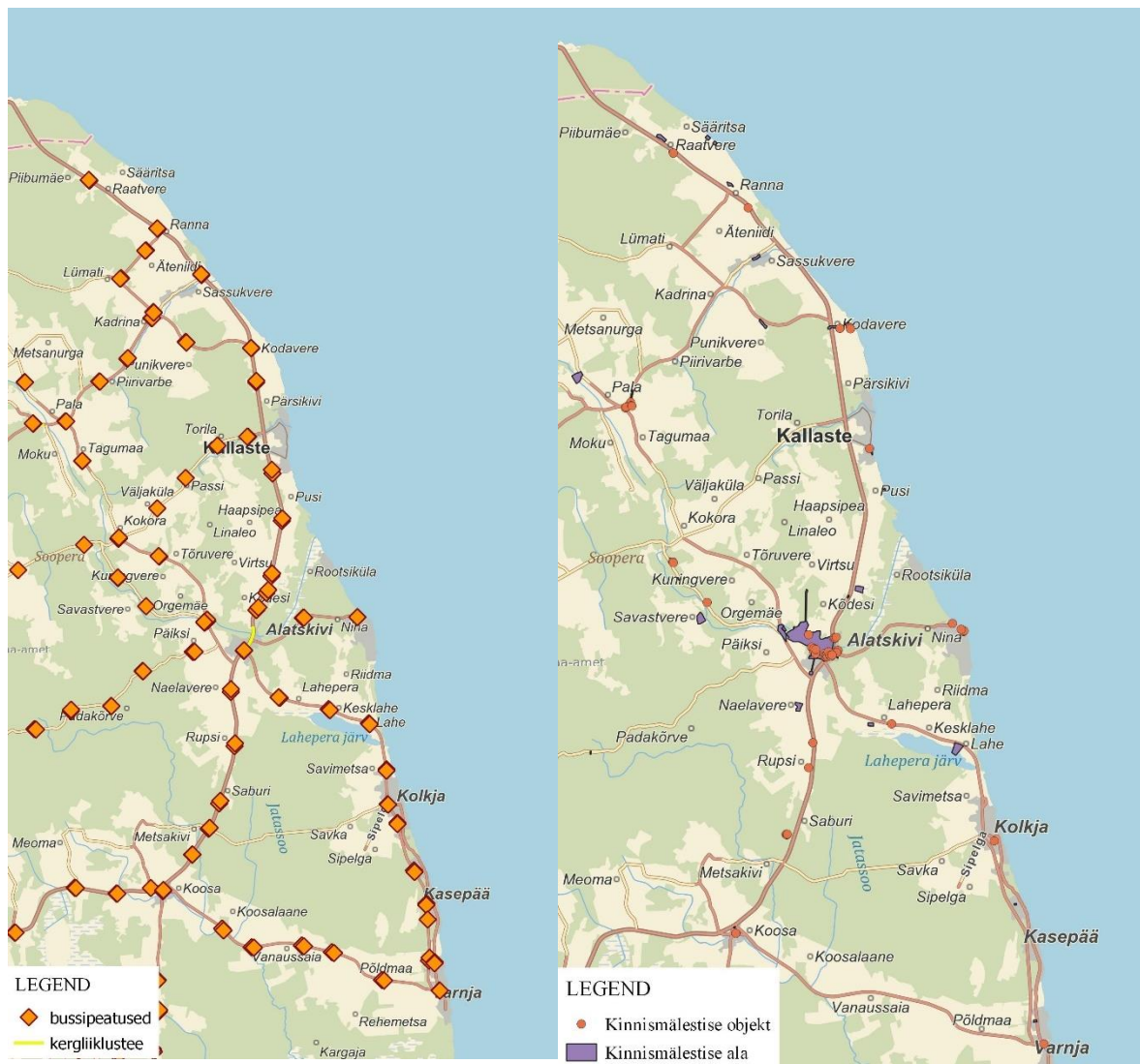
Peipsiääre valla arengukavas on kirjas, et turism on Peipsiääre vallas üks olulisemaid ettevõtlusvaldkondi kalapüügi ja väiketootmise kõrval (Peipsiääre valla...2018:8). Kultuuritee majandusliku tähtsuse tabelis (lisa 8) ei ole ükski näitaja saanud maksimaalset skoori. Majanduslikult on Sibulatee saavutanud vaid pool oma potentsiaalset aga arenguvõimalusi on veel palju. Võrgustiku arendamise eesmärkideks on innustada piirkonna aktiivseid inimesi looma ise uusi ettevõtteid, mis omakorda aitab luua uusi töökohti (Sibulatee võrgustiku... 2019:4). Peipsiääre vallas ei ole kahjuks ühtegi sellist objekti, mis tooks suuremat rahvahulka kohale uudistama. Peipsiääre valla arengukavas on kirjas, et valla arenguks peab lisanduma aastaringselt teenuseid pakkuvaid ettevõtteid näiteks spaahotell (Peipsiääre valla...2018:9). Aastaringselt teenuseid pakkuvaid ettevõtteid on hetkeseisuga vähe. Mõni üksik ettevõtte pakub talvel elamusmatku või majutust kalameestele. Peipsiäärne kalastusturism on väga populaarne nii eestlaste kui lätlaste seas.

Turismiteel on potentsiaali saada riiklikuks kaubamärgiks ja üle maailma tuntuks aga piiriülest koostööd on raske arendada, kuna Peipsiääre valda ümbritseb Tartumaa ja Jõgevamaa vallad ning idast Peipsi järv. Selleks, et võrgustik saaks riiklikuks kaubamärgis on vaja saada juurde investeerijaid antud piirkonda, sest puhtalt toetusprogrammidest ei piisa, et saavutada soovitud tulemusi. Aastate vältel on Sibulatee saanud toetusi läbi

LEADER rahastuse, Peipsiveere arengu programmist, KÜSKist ning kohaliku omaalgatuse programmist (Sibulatee arengukava... 2019:4).

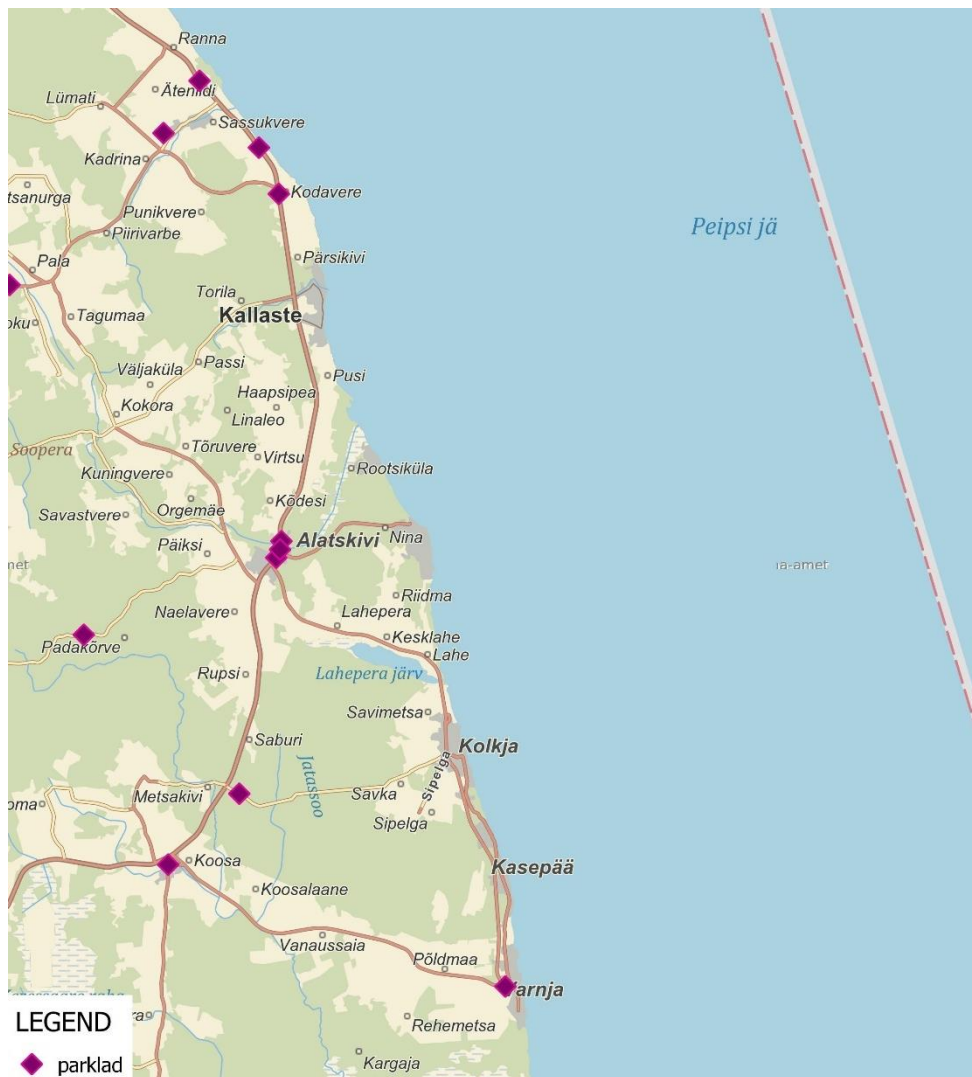
Peipsiääre vald on tuntud ka oma loodusliku keskkonna poolest. Vald on umbes 40 km. pikkune rannajoon ning vallas asub ka kaks maastikukaitseala. Seda näitab ka kaitse ja säilitamise väärtuste tabel (lisa 9), kus on tulemused peaaegu maksimaalsed. Mudelil kadusid mõned punktid sellepärast, et vaatamisväärsustele ei mahu korraga väga palju turiste. Seda oli raske hinnata, kuna tegemist on territooriumi suhtes väikse teega ning sellega kaasnevad vaatamisväärsused on ka üsna väikesemahulised. Mõned kohad mahutavad muidugi rohkem, kui 20 inimest aga objekti heaolu huvides ei ole mõistlik rohkem, kui 20 turisti korraga meelt lahutada. Samas suurem objekt näiteks Alatskivi loss ja selle park on koht, kus saab oluliselt rohkem turiste vastu võtta ning nende meelt lahutada.

Kultuuritee funktsionaalsete väärtuste tabelis (lisa 10) on tulemuste skoor üsna hea. Kaks näitajat on saanud maksimaalse punktisumma. Sihtkohale juurdepääs on soodne. Liikuda saab autoga, bussiga ja rattaga. Kuigi Peipsiääre vallas pole eraldi kergliiklusteed v.a Alatskivi alevikus (joonis 5) saab siiski rattaga mööda tänavkülasi segamatult sõita. Samuti on antud punkt Peipsiääre valla arengukavas kirjas ning see on üks asi, mida plaanitakse lähiajal korrastada. Vaatamisväärsuste koguarv võrreldes tee pikkusega on väga hea ning ametlikust marsruudist väljas asuvaid kultuuriväärtusi leidub samuti (joonis 5). Kultuurimälestiste riikliku registri kohaselt on ajaloomälestisi alal 26, arheoloogia mälestisi 46, ehitismälestisi 37 ning kinnismälestisi kokku 110. Enamus mälestisi on koondunud Alatskivi piirkonda, mis teeb Sibulatee südame veel paremaks sihtkohaks. Kõige tuntumad mälestised alal on ühtlasi ka põhilised turismimagnetid. Sibulateel on Alatskivi loss ning lossipark, Varnja-Kasepää-Kolkja tänavkülad ja Peipsi järv.



Joonis 5. Vasakul: Sibulateel ning selle ümbruses paiknevad bussipeatused ning kergliiklustee. Paremalt: Mälestiste paiknemine Sibulateel ning selle läheduses.

Kuigi alale pääseb autoga kergesti ligi siis päris mitmed kõrvalteed on halvas seisukorras ning vajaksid taastamist. Lisaks sellele on Varnja-Kasepää-Kolkja tänavküladel pea võimatu peatuda ning ümbritsevat nautida, sest tänavad on kitsad ning seal puuduvad parkimiskohad, mis on näha ka lisa 2 asuval fotod 14-15. Parklate asetus on märgitud joonisel 6. Viidastatus on Sibulateel üsna halb, olulisemad kohad on küll märgitud aga kahjuks seda märkab viimasel hetkel või ei tõmba see tähelepanu. Sibulateel ringi sõites märkasin vaid kahte põnevat ja värvilist viita, mis minu tähelepanu köitis (lisa 2, fotod 12-13).

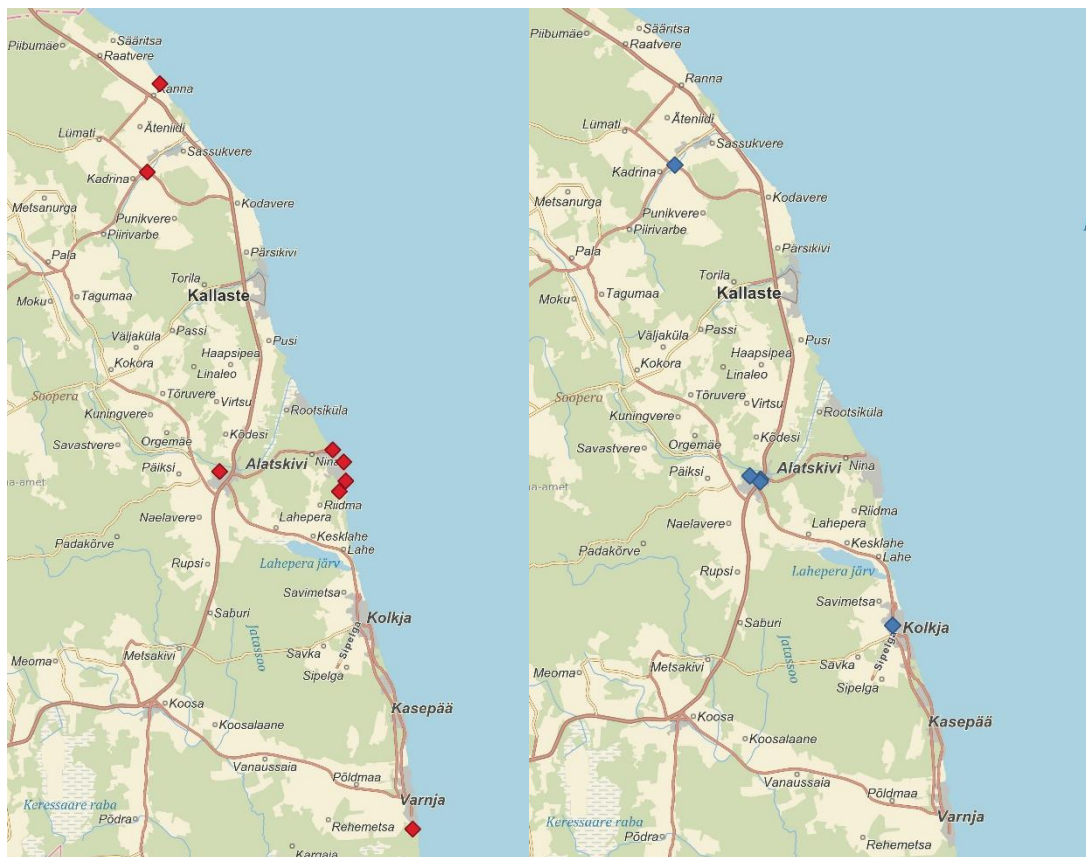


Joonis 6. Sibulateel paiknevad parklad

Turismitoote lisaväärtuste tabelis (lisa 11) on vaid 33% näitajatest saanud maksimaalse väärtuse. Interpretatsiooni võimalused, suuremate ürituste korraldamise võimalused, ajalooliste sündmuste ja huviprogrammi rekonstrueerimise võimalused lisaks selle veel autentsete kogemuste pakkumine. Sibulateel on üks suurimaid probleeme turundamise puudulikkus. Ala külastavad peamiselt siseturistid. Välituristidest liigub ka soomlaseid, sakslaseid ja venelasi. Turundus käib põhiliselt läbi sotsiaalmeedia (Facebook, Instagram) ning läbi Sibulatee kodulehekülje. Kohalikes ajalehtedes ja ajakirjades jagatakse enamasti informatsiooni Sibulatee poolt korraldatavate ürituste kohta. Viimasel ajal on leidnud Sibulatee üritused veidi kajastust ka erinevates päevakajalistes saadetes (Seitsmesed uudised, Reporter).

Arvestades külastuse suurusega ning tee pikkusega on majutusasutuste tasakaal praeguse seisuga üsna hea. Kokku on kaheksa erinevat majutusk kohta (joonis 7). Majutuskohad on

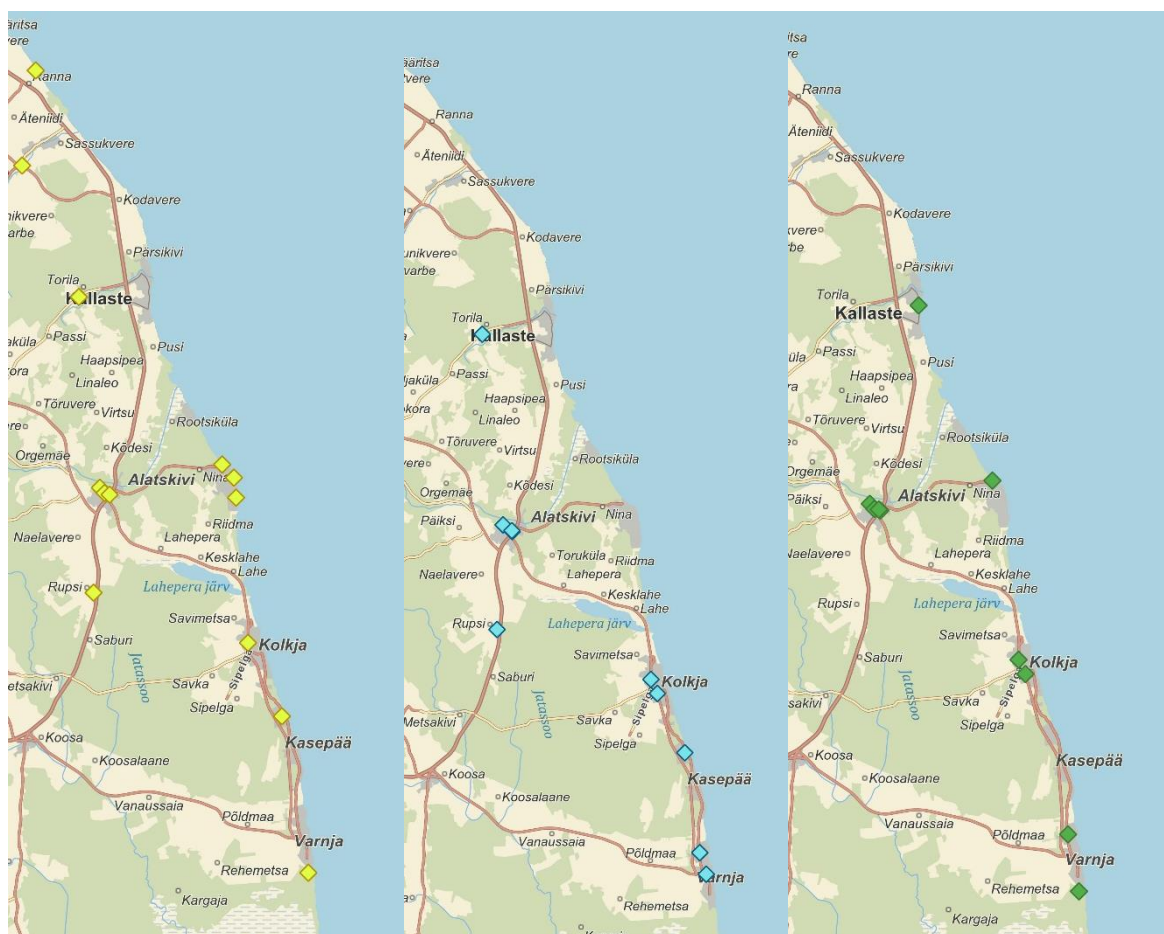
enamasti piirkonnale autentsed ning pakuvad lisaks majutustele ka muid teenuseid. Sibulatee arengukavas on kirjas, et 2016. aastal ööbis kokku 3400 inimest, siis 2017. aastal 3900 inimest ning 2018. aastal juba 4000 külalist (Sibulatee võrgustik... 2019:8). Toitlustusteenuseid on vähe Sibulateel vähe, neid on kokku vaid viis tükki ning suurem osa nendest asuvad Alatskivil ja Nina külas (joonis 7), mis on üsna lähestikku üksteisega. Suurem osa söögikohtadest pakuvad autentseid elamusi läbi söögi.



Joonis 7. Vasakul: Sibulateelised, kes pakuvad öömaja. Paremäl: Sibulateelised, kes pakuvad süüa.

Sibulatee pakub enda koduleheküljel erinevaid giidiga reise ning seda tehakse ka Puhka Eestis koduleheküljel. Korraldatakse giidiga reise nagu Peipsi safari, kalatoitude õpituba Sibulateel või hoopis Sibulatee tuur - päevane väljasõit Tartust. Sibulatee kodulehekülg on vaid inglise, eesti ja vene keeles kättesaadav. Positiivne on see, et kultuuriteel on oma lehekülg ning seal on kõik oluline info turistile kättesaadav: vaatamisväärsused, majutus, toitlustus ja giidiga reiside informatsioon.

Turismiga seotud infrastruktuur nagu kergliiklusteede, puhkekohtade, tualettide ja prügikastide olemasolu alal on suureks probleemiks, seda on mainitud ka Sibulatee arengukavas. Turismitee alal saab rekonstrueerida mineviku sündmusi, mida tehakse erinevate ürituste raames. Viimati tehti seda Juhan Liivi sünnipäeva auks Liivi muuseumis, kus mängiti läbi kohaliku talupoja eluolu. Tutvustatakse kolme erinevat kultuuri ning nendega seotud kombeid. Kõik antud tegevused muudavad ala turistile atraktiivsemaks, sest just see muudab turisti kogemuse dünaamiliseks ja huvitavaks. Turist tahab saada enda tavalisest elukeskkonnast eemale ja õppida midagi uut.



Joonis 8. Vasakul: Sibulateelised, kes pakuvad erinevaid tegevusi või töötubasid. Keskul: Sibulateelised, kes pakuvad teenust, mis on seotud näituste või muuseumitega. Paremal: Sibulateelised, kes pakuvad suveniire või Sibulateega seotud tooteid ostmiseks.

4.3 Järeldused

Kuidas on Sibulatee aastate jooksul arenenud? Kas sellel on tuleviku potentsiaali?

Sibulateel on tänaseks saanud täis kümme tegevusaastat. Turismitee arendamiseks ja turundamiseks on see piisavalt pikk aeg, et kuhugile jõuda. Küll aga kohapeal intervjuerides ei olnud nii mõnedki turistid ega kohalikud Sibulatee võrgustikust kuulnudki. Sibulateed on juhtinud kümme aastat vabatahtlikult üks asutajaliige ning teda on toetanud võrgustiku liikmed.

Sibulatee on teinud kümne aastaga pigem turundustööd, kus on kasutanud projekti rahastust Sibulateele ‘‘vundamendi’’ ehitamiseks. LEADER projekti rahastus läks toote arendamise tarveks nagu logo, kodulehekülg, suveniiride väljatöötamine, üritused ja messidel osalemine. Raha läks ka võrgustiku liikmete arendamiseks nagu õppereisid ja liikmete seminarid. Turunduses kõige olulisem on aga sellel aastal liitunud mänguga Sibulatee 25 aaret. Mäng aitab Sibulateed väga hästi turundada, loodetavasti on tulemused juba varsti juba.

Sibulateel ja Seto Külävüül on mitmeid sarnaseid jooni aga on ka palju erinevusi. Seto Külävüü võrgustikku kuulub hetkeseisuga 39 liiget. Sibulatee võrgustikku aga 24 liiget. Kui võrrelda Sibulatee ja Seto Külävüü turundamist on Sibulateel veel palju õppida.

Sibulateel on väga suur potentsiaal saada tulevikus üleriigiliselt tuntuks turismisihtkohaks, sest vaatamisväärsused on heas seisukorras. Kultuurilooline taust on mitmekesine. Samuti Sibulatee nime loomisel on huvitav lugu. Sibulatee sai oma nime sõnast sibul, mis ühelt poolt märgib piirkonnas tonnide viisi kasvatatavat Peipsi sibulat aga teisalt on sibul väga ilus kujund: hakkad kiht kihi haaval seda piirkonda avastama ning iga kihi all on taas jälle midagi muud (Sibulatee võrgustiku... 2019:4). Antud lause iseloomustab tõesti väga hästi piirkonda ning juba see näitab, kui suur potentsiaal alal on. Peipsi järve ja Tartu lähedus annab alale võimalusi juurde, kui seda targalt kasutada. Potentsiaali täieliku ära kasutamiseks on aga veel vaja palju tööd teha. Potentsiaali täitmiseks on vaja investeeringuid ning läbi nende on võimalik arendada näiteks infrastruktuuri ehk paigaldada alale prügikaste, ehitada tualette ning kergliiklusteid jms.

Kuidas saab muuta Sibulateed edukamaks?

Sibulatee vajab investeeringuid, et olukorda paremaks muuta. Rahastuse leidmisel tuleb hakata kitsaskohti parandama ning seda arukalt tegema. Esimese asjana tuleb tegeleda reklaamimisega, kuna asukoht on juba täna hea kultuurilooga ning silmapaistev. Reklaami tuleb esialgu suunata Tartusse, kuna seal elab ca 100 000 inimest kellest suur osa ilmselt ei teagi sellisest kohast nagu Sibulatee. Potentsiaal saada uusi külastajaid juurde on just Tartust. Siseturist on Eesti kultuuriteede kõige olulisem. Sibulateel puudub ka kaart, kus on märgitud erinevad vaatamisväärsused ja teenusepakkujad. Hea näide turismi kaardist on Seto Külavüü, mis ei ole keeruline aga on väga informatiivne. Sarnane võiks ka Sibulateel olla, et ka Sibulatee piiritlemine ei käiks läbi kohanime vaid kaardi.

Seejärel tuleb hakata uute majutuskohade peale mõtlema. Olemasolevaid ööbimiskohti ei ole paraku väga palju ning nõudluse kasvades kasvab ka voodikohtade järgi nõudlus. Arengukavas mainitud spaahotellil oleks ilmet, kuna näiteks Setomaa külastajatest ligi 80% majutab Värskas Sanatooriumis. Muidugi kõik külastajad ei tule spetsiaalselt Seto Külavüüd külastama aga kuna nad juba selles piirkonnas on siis on ka suurem võimalus, et turist vaatab ka turismitee üle. Setomaad külastab ca 25 000 turisti aastas aga Sibulateed vaid 4000. Lisaks sellele pole Peipsiääres ühtegi olemasolevat Spaahotelli, seega selle planeerimine tooks külastajaid kindlasti juurde. Samuti aitab hotell hooajalisust vähendada, kuna lumisel Peipsi järvel ja Sibulateel on omaette võlu. Lisaks sellele tagab hotell töökohti vähemalt 20 inimesele ning ka välituriste saab juurde meelitada.

Turismireisid on küll Sibulateel pakettide kujul olemas aga need pigem keskenduvad hariduslikule poolele. Õpitube on Sibulateel pakkuda lausa seitse erinevat, mis on tegelikult juba väga hea aga ainult õpitubadest ei piisa. Elamusreisi pakub vaid Mesi tare ja seda ainult talvel (Peipsisafari). Elamusturism on kultuuriturismi kõrval ka populaarne viis reisimiseks. Kindlasti peaks juurde looma elamustega seotud pakkumisi, kuna Peipsi äärne ala pakub selleks mitmeid võimalusi. Sama lugu on ka loodusturismiga, kuna üle poole Peipsiääre vallast moodustavad erinevad kaitsealad, metsad ja huvitavad pinnavormid.

Sibulatee näol on tegemist hooajalise turismi pakkujatega, kus kõrghooaeg on tavaliselt juunist-augustini. Kuidagi peavad kohalikud ka ülejäänud üheksa kuud hakkama saama. Võimalusi selle vähendamiseks on mitmeid. Eelnevalt sai mainitud kalastusturismi, mis on eriti populaarne lätlaste seas. Kalapüük oli piirkonna üks põhilisi elatusallikaid, nüüdseks

enam ei ole see nii populaarne aga endiselt aktuaalne. Peipsi ääres tegeletakse ka üsna palju harrastuskalapüügi. Kalapüügi võimalusi peaks turistile pakkuma nii suvel, kui ka talvel. Selle juurde saab kombineerida ka erinevaid õpitubasid või tegema eraldi kalastusreise. Eriti talvel, kui nii mõnelgi algajal ei pruugi olla vastavat varustust, et talvel kalal käia.

Erinevaid pakette võib pakkuda ka ürituste korraldamiseks. Suvel on väga populaarsed firmade suvepäevad, sünnipäevad, pulmad jms. Miks mitte siduda koha kultuuri ja tänapäeva pidustusi üheks. Kahjuks väga suuri sündmusi ei saa korraldada, kuna külalistemajad on suuremalt jaolt üsna väikese mahutavusega ning üle 50 külalise majutamisel tekib probleeme. Mis takistused võivad Sibulatee arendamisele ette tulla?

Edukaks kultuuriteeks võib saada iga soodsa asukoha ja hea kultuuriloolise taustaga tee aga paraku on asi siiski keerulisem. Takistuste saabumisel on alati lihtsam alla anda aga edukaks olemise jaoks peab pingutama. Sama on ka kultuuriteedega, millel on omad nõrkused ja tugevused. Igale probleemile leidub alati lahendus.

Suurim takistus tee loomisel on rahastus. Ilma rahata kahjuks ei saa parandada kitsaskohti ning arendada kultuuriteed edasi. Rahastuseta jääb tee ilma turundamise võimalustest, infrastruktuuri parandamisest, ürituste korraldamisest ning ka muudest olulistest pisiasjadest.

Peipsiääre vallas on rahvastiku väljaränne üsna suur ning tegemist on ka vananeva rahvastikuga siis tööjõu puudus on Sibulatee väga aktuaalne probleem. Tööjõu puuduse tõttu kahaneb valla sissetulek. Vananeva rahvastiku tõttu kulub aga valla eelarve sotsiaalsüsteemi arendamisele. Kuigi, kui turismitee edukamaks muutub saab vald arenevast turismisektorist suuremat kasu ning tekib uusi ressursse sotsiaalsüsteemi panustamiseks.

Sibulatee veel üks suur probleem on hooajaline turism. Aastas on vaid kolm kuud, kus äril läheb hästi aga ülejäänud üheksal on ettevõtted suuremas osas kinni. Seda on näha ka teenusepakkujate kodulehekülgedelt, kus enamasti avatakse alles maikuus ning suletakse juba septembris. Muudel aegadel avatakse vaid vastavalt tellimustele. Mõned üksikud teenusepakkujad on avatud ka aastaringselt. Suurema osa ajast suletud ettevõtted tulevad otsaga kokku, kuna suvel teenitud raha kulub talvel kommunaalkuludele.

5. KOKKUVÕTE

Turism täidab olulist rolli riikide majandusarengus, kuna turismisektor mõjutab mitmeid teisi sektoreid. Turismiteede loomise eesmärgiks on majandusliku arengu tagamine ning kultuuripärandi säilitamine. Käesolev töö annab ülevaate turismiteede taustast ning uurib erinevate juhtumiuuringute abil võtmetegureid, tänu millele saavutab turismitee edukuse.

Töö eesmärgiks oli uurida kas Sibulatee turismiteena on areneva väärtusega ja võimekusega nii oma asukoha kui ka tähenduse poolest. Samuti võrrelda Sibulateed teiste turismiteedega ning saadud tulemuste põhjal välja pakkuda Sibulatee võimalikud arengusuunad ja võimalused piirkonna arendamisele.

Turismitee potentsiaali hindamiseks oli vaja läbi viia erinevaid aspekte hõlmav analüüs, mis näitaks arengu prospekte maastiku ja kultuuri perspektiivist kui ka eesmärgipärasest üldsusele nähtavaks tegemise vajalikkusest. Analüüsides Sibulatee potentsiaali tuli esmalt uurida *Camino de Santiago*, *The Hansa* ja Seto Külävüü edukaks tegemise võtmelemente. Võtmeelementide analüüsimiseks kasutasin hiljuti loodud kultuuritee hindamise mudelit CREM (*Cultural Route Evaluation Model*). Seejärel tuli analüüsida Sibulatee piirkonna maastiku, olemasolevaid kultuuriväärtusi, piirkonna ajaloolist tausta ja majandusliku edukust. Viimases etapis tehti ka poolstruktureeritud intervjuud kohalike elanike, turistide ja poemüüjatega.

Tulemused näitavad, et Sibulateel on olemas potentsiaal saada riiklikult tunnustatud kaubamärgiks aga selleni jõudmiseks on veel pikk tee ees. Enne suurt läbilööki on vaja pöörata tähelepanu mitmetele kitsaskohtadele nagu infrastruktuuri ja erinevate reisipakettide puudulikkus, majutuskohade ja turundamise vähesus ning hooajalisus. Intervjuude tulemusena sain teada, et üsna paljud ei teagi sellisest võrgustikust nagu Sibulatee midagi. Kuigi neile meeldis kohapeal veedetud aeg, polnud nii mõnigi kindel kas tuleks uuesti tagasi. Samuti oldi pigem läbisõidul ja satuti kohta uudistama.

6. SUMMARY

Tourism plays an important role in the economic development of countries, as the tourism sector affects many other sectors. The goal of creating tourist routes is to ensure economic development and preserve cultural heritage. This Master thesis provides an overview of the tourist routes background and through various case studies comes the key elements that lead to the success of the tourism route.

The aim of the work was to investigate whether Sibulatee as a tourism route has the potential to be a successful tourism route. Also, compare Sibulatee with other tourism routes and with the results to suggest the possible ways how to develop Sibulatee sustainably and give out new ways to raise its potential.

In order to assess the potential of the tourist route, it was necessary to carry out different types of analysis showing the prospects for developing Sibulatee in a landscape and cultural perspective as well as showing the route to the public. When analyzing the potential of Sibulatee, I had to examine first the key elements for the success of Camino de Santiago, The Hansa and Seto Külävüü. To analyze the key elements, I used the Cultural Route Evaluation Model (CREM) which was recently created. Then we had to analyze the surrounding landscape of the Sibulatee region, also the existing cultural values, the historical background, and its economic success. The last stage also involved semi-structured interviews with local residents, tourists, and retailers.

The results show that Sibulatee has the potential to become a nationally recognized trademark, but there is still a long way to go. Prior to breakthroughs, Sibulatee needs to pay attention to some weak spots. Such as poor infrastructure and lack of guided tours, also a lack of accommodation and promotion. Seasonality is also a weak spot. As a result of the interviews, I learned that quite a few people do not know much about Sibulatee. Although they liked the time spent on the spot, some were not sure if they would come back.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

Ashley, C., Roe, D., Goodwin, H. (2001). Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor. Overseas Development Institute

Ashworth, G.J., Dietvorst A. G. (1995). Tourism and spatial transformations. CAB International, Wallingford, Oxon, UK

Božić, S. and Tomić, N. (2016) 'Developing the Cultural Route Evaluation Model (CREM) and its application on the Trail of Roman Emperors, Serbia', *Tourism Management Perspectives*, 17, lk 26–35.

Camino de Santiago. Camino de Santiago. [veebileht] <http://santiago-compostela.net/> (15.03.2019)

Campolo, D., Bombino, G. and Meduri, T. (2016) 'Cultural Landscape and Cultural Routes: Infrastructure Role and Indigenous Knowledge for a Sustainable Development of Inland Areas', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 223, lk 576–582.

Council of Europe. (s.a). About. [veebileht] <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/about> (07.03.2019)

Council of Europe. (s.a). Santiago de Compostela Pilgrim Routes. [veebileht] <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/the-santiago-de-compostela-pilgrim-routes> (15.03.2019)

Council of Europe. (s.a). The Hansa. [veebileht] <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/the-hansa> (05.03.2019)

Council of Europe. (s.a). About the Cultural Routes of the Council of Europe. [veebileht] <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/about> (15.03.2019)

Council of Europe. (s.a). Explore all Cultural Routes. [veebileht] <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes> (17.03.2019)

Denstadli, J.M., Jacobsen, J.K.S. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism Management*, 32, lk 780-789.

ECTARC (1989) Contribution to the Drafting of a Charter for Cultural Tourism. European Centre for Traditional and Regional Cultures, Llangollen, Wales

EV100. (s.a). Sibulatee puhvetite päev. [veebileht]. <https://www.ev100.ee/et/sibulatee-puhvetite-paev> (20.05.2019)

Fernandes, C., Pimenta, E., Gonçalves, F. and Rachao, S. (2015). A new research approach for religious tourism: the case study of the Portuguese route to Santiago. *International Journal of Tourism Policy*, 4(2), p.83.

Genovese, R. A. (2016). Cultural Routes between East and West: A Network for Cooperation between Mediterranean Cities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 223, lk 619–625.

Gomez-ullate, M., Corcho-Sanches, P. (2018). The St. James Way in Portugal and Spain: Development , Characteristics, Perspectives and Experiences. *Handbook of Research on Socio-Economic Impacts of Religious Tourism and Pilgrimage.* / Álvarez-García, J., de la Cruz, M., Gómez-Ullate, M. IGI Global, lk 104-128.

Hansebüro der HANSE. (s.a). The traditional Hanseatic days. [veebileht] <https://www.hanse.org/en/hanseatic-days/the-traditional-hanseatic-days/> (05.03.2019)

Hansebüro der HANSE. (s.a). YouthHanse. [veebileht] <https://www.hanse.org/en/hanse-today/active-network/youthhansa/> (05.03.2019)

Khovanova-Rubicondo, K., Alessandro,A., Lecci, S. (2010) ‘Impact of European Cultural Routes on SMEs ’ innovation and competitiveness Analysing the impact of the European Cultural Routes’.

Kunaeva, Marina. 2012. Sustainable Tourism Management along the Camino de Santiago Pilgrimage Routes. Master thesis. Haaga-Helia University of Applied Sciences Degree Programme in Tourism . 99 lk.

Külauudised. (s.a). Seto Külävüü kostipäiv kutsub taas gurmeesõpru Setomaale kodukohvikutesse. [veebileht]. <http://www.kylauudis.ee/2015/08/13/seto-kulavuu-kostipaiv-kutsub-taas-gurmeesopru-setomaale-kodukohvikutesse/> (19.05.2019)

Lõuna Eestlane. (s.a). Eesti 100 aardemängus on palju aardeid Lõuna-Eestis kae perra. [veebileht] . <https://lounaeestlane.ee/eesti-100-aardemangus-on-palju-aardeid-louna-eestis-kae-perra/> (18.05.2019)

Lõuna Leht. (s.a). Mis peitub National Geographicu kollaste akende taga?. [veebileht]. <http://www.lounaleht.ee/index.php?page=1&id=22550&type=2> (20.05.2019)

Maaeluministeerium. (s.a). Avatud kalasadamate päev 2019. [veebileht]. <https://www.agri.ee/et/avatud-kalasadamate-paev-2019> (20.05.2019)

Maaleht. (s.a). Turismimarsruut Seto Külävüü on nüüd tähistatud viitade, valikaartide ja puhkekohtadega. [veebileht] . <https://maaleht.delfi.ee/news/eestielu/arhiiv/turismimarsruut-seto-kulavuu-on-nuud-tahistatud-viitade-valikaartide-ja-puhkekohtadega?id=68612605> (20.05.2019)

Maaleht. (s.a). Uus äpp- Muisuskaitseamet kutsub sadat eesti aaret otsima. [veebileht] <https://maaleht.delfi.ee/news/maaleht/uudised/uus-app-muinsuskaitseamet-kutsub-sadat-eesti-aaret-otsima?id=82740783> (18.05.2019)

Maaleht. (s.a). Turismimarsruut Seto Külavüü on nüüd korralikult tähistatud. [veebileht]. <https://maakodu.delfi.ee/news/maakodu/teeme-ise/turismimarsruut-seto-kulavuu-on-nuud-korralikult-tahistatud?id=68568821> (19.05.2019)

Lourens, Marlien. 2007. Master thesis. The Underpinnings for Successful Route Tourism Development in South Africa. University of the Witwatersrand, School of Geography, Archaeology and Environmental Studies. 144 lk.

Meyer, D. (2004). Tourism routes and gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-tourism. London. Overseas development institute.

Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S.N., Moradiahari.F. (2016) 'Defining Cultural Tourism', (1996), lk. 3–8.

Must, K. (2018) Sibulatee turismipiirkonna kolme kultuuri arendusest. – Peipsiääre Teataja. Nr 7, lk 1.

Palamets, H. (1998) Hansateed ja eesti. - Eesti Loodus. Nr 5/6.

Peipsiääre valla arengukava 2018-2030. (Vastu võetud 10.10.2018).- *Riigi Teataja* <https://www.riigiteataja.ee/akt/419102018026> (22.05.2019)

Porter, M.E. (1998). Clusters and the new economics of competition. Harvard business review, 76(6), pp.77–90.

Projekt Hansa. (s.a). A brief history of the Hanseatic League. [veebileht] <https://projekthansa.org/news/history-of-hanse/news> (05.03.2019)

Puhka Eestis. (s.a). Sibulatee üks piirkond kaks rahvust kolm kultuuri. [veebileht] <https://www.puhkaeestis.ee/et/puhka-eestis/sibulatee-uks-piirkond-kaks-rahvust-kolm-kultuuri> (17.05.2019)

Rahvakultuur. (s.a). Vaimse kultuuripärandi kaitse konventsiooni heakskiitmine. [veebileht] http://www.rahvakultuur.ee/s2/113_1036_49_Seletuskiri_valitsuse_korralduse_Vaimse_kultuurip.pdf (03.04.2019)

Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. Wallingford, CAB International.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, pp. 12–21.

Rodriguez-Dominiguez, M., Vila-Alonso, M. (2018). Religious Tourism in Galicia: The case of El camino de santiago. – Handbook of Research on Socio-Economic Impacts of Religious Tourism and Pilgrimage. / Álvarez-García, J., de la Cruz, M., Gómez-Ullate, M. IGI Global, lk 86-103.

Salvin, S. (2003). Walking as Spiritual Practice: The Pilgrimage to Santiago de Compostela. Body & Society, 9(3), lk 1–18.

Setomaa valla arengukava 2018-2027. (Vastu võetud 05.10.2018).- Riigi Teataja <https://www.riigiteataja.ee/akt/417102018012> (22.05.2019)

Setomaa. (s.a). Seto kultuur. [veebileht] <https://www.visitsetomaa.ee/et/seto-kultuur> (21.05.2019)
Sibulatee. (s.a) Sündmused. [veebileht] [http://www.sibulatee.ee/sundmused/#custom_ending_date=2020-05-20&filter=\[object%20Object\]&filter\[meta_key\]=starting_date&filter\[meta_value\]=2019-05-20&filter\[meta_compare\]=%3E=](http://www.sibulatee.ee/sundmused/#custom_ending_date=2020-05-20&filter=[object%20Object]&filter[meta_key]=starting_date&filter[meta_value]=2019-05-20&filter[meta_compare]=%3E=) (20.05.2019)

Sibulatee. (s.a). 25 aaret. [veebileht] <http://www.sibulatee.ee/25aaret/> (18.05.2019)

Sibulatee. (s.a). Sibulatee. [veebileht] <http://www.sibulatee.ee/sibulateest/sibulatee/> (17.05.2019)

Sibulatee. (s.a). Sibulatee võrgustiku arengukava 2019-2024. [veebileht] <http://www.sibulatee.ee/wp-content/uploads/2019/03/Sibulatee-arengukava-2019-2024.pdf> (22.05.2019)

Silm, S. (2018) Sibulatee tõi tunnustuse vajunud Peipsimaa Eesti turismikaardile. – Lõuna Leht. Nr. 760, lk 9

UNESCO. (s.a). Cultural landscape. [veebileht] <https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/> (22.03.2019)

Valitsus. Eesti kultuuripärandi hoidmise ja väärtustamise arengukava aastani 2030 koostamise ettepanek. [veebileht] https://valitsus.ee/UserFiles/valitsus/et/valitsus/arengukavad/arengukavadekoostamise-ettepanekud/kultuuriprandi_arengukava_ettepanek.pdf (02.04.2019)

Visit Setomaa. (s.a). Avasta Setomaad. [veebileht] <https://www.visitsetomaa.ee/et/kylavyy> (19.05.2019)

Visit Setomaa. (s.a). Setomaa giidid. [veebileht] <https://visitsetomaa.ee/et/setomaa-giidid> (20.05.2019)

JOONISED

Follow the Camino. (s.a). Camino frances. [veebileht] <https://followthecamino.com/camino-tours/camino-frances/> (20.05.2019)

Wikipedia. (s.a). Kaart Hanzesteden en handelsroutes. [veebileht] https://en.wikipedia.org/wiki/File:Kaart_Hanzesteden_en_handelsroutes.jpg

Visit Setomaa. (s.a). Avasta Setomaad. [veebileht] <https://www.visitsetomaa.ee/et/kylavyi> (21.05.2019)

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

Lisa 2. Pildid tuntumatest vaatamisväärsustest

Lisa 3. Turistidele suunatud intervjuude maatrikstabel

Lisa 4. Kohalikele suunatud intervjuude maatrikstabel

Lisa 5. Poemüüjatele suunatud intervjuude maatrikstabel

Lisa 6. Kultuuriteede teaduslikud väärtused

Lisa 7. Kultuuritee spetsiifilised väärtused

Lisa 8. Kultuuritee majanduslik tähtsus

Lisa 9. Kaitse ja säilitamise väärtused

Lisa 10. Kultuuritee funktsionaalsed väärtused

Lisa 11. Turismitoodete lisaväärtused

Lisa 12. Lihtlitsents

Lisa 1. Küsimustiku vorm

Töötajatega:

1. Kas olete kuulnud Sibulatee võrgustikust?
2. Kas Sibulatee loomine on muutnud rahvahulka suuremaks?
3. Kas kohtate pigem sise- või välisturisti?
4. Mida arvate Sibulateest?
5. Kuidas on mõjutanud Sibulatee poolt korraldatud üritused kohalikku majandust?

Kohalikele:

1. Kas olete kuulnud Sibulatee võrgustikust?
2. Kas Sibulatee loomine on muutnud rahvahulka suuremaks?
3. Kas kohtate pigem sise- või välisturisti?
4. Mida arvate Sibulateest?
5. Kuidas Teile meeldivad Sibulatee võrgustiku poolt korraldatud üritused (avatud kalasadamate päev, kohvikutepäev jms)?

Turistidele:

1. Kas olete kuulnud Sibulatee võrgustikust?
2. Kust kohast leidsite informatsiooni Sibulatee kohta?
3. Kas tulite tutvuma vaatamisväärsustega või soovite ka tutvuda piirkonna vaimse pärandiga?
4. Kas olete külastusega seni rahul olnud?
5. Kas tuleksite tagasi?

Lisa 2. Fotod Sibulateel asuvatest vaatamisväärsustest

a) fotod on tehtud autori poolt

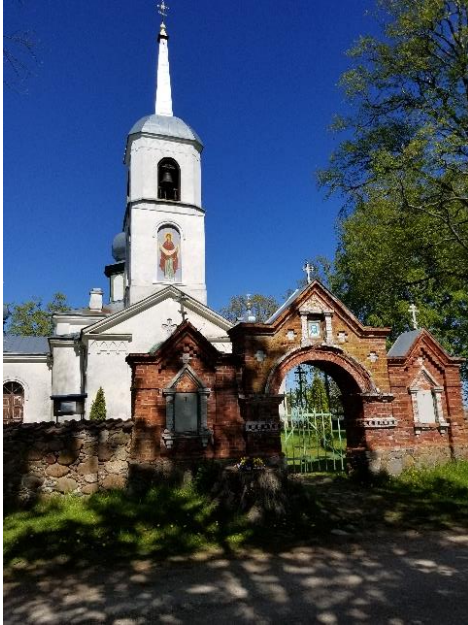


Foto 1. Nina õigeusu kirik



Foto 2. Varnja õigeusukirik



Foto 2. Kasepää õigeusu kirik



Foto 4. Varnja õigeusukirik



Foto 5. Peipsi järv Nina külas



Foto 6. Varnja vanausuliste palvemaja



Foto 7. Sibula peenrad Kasepää



Foto 8. Nina tuletorn



Foto 9. Kodavere kirik



Foto 10. Kadrina mõis



Foto 11. Sibulapeenrad Kolkjas



Foto 12. Teeviit Kolkjas



Foto 13. Teeviit Varnjas



Foto 14. Kitsa tee näide Kasepääs



Foto 15. Kitsa tee näide Varnjas

Lisa 3. Turistidele suunatud intervjuude maatrikstabel

Küsimused	T1-T6	T7	T8-T9	T10
Kas olete kuulnud Sibulatee võrgustikust?	Jah	Ei	Ei	Sibulatee võrgustikust ei ole kuulnud aga kohast, kui sellisest olen kuulnud. Samuti olen kuulnud Peipsi sibula tuntusest.
Kust kohast leidsite informatsiooni Sibulatee kohta?	Oleme pärit Tartus siis otsisime põnevat kohta Tartu lähedal. Internetis ringi vaadates mida Tartumaal teha siis üheks vasteks tuli Sibulatee kodulehekülg. Tundus huvitav ning hakkasin seda uurima ja õnneks nad pakkusid erinevaid pakette ning siis otsustasime sõpradega siia tulla ja vaadata, milline eluolu siin on. Peipsi ääres on tegelikult alati väga ilus ning meri on kaugel siis otsustasime			

Kas tulite tutvuma vaatamisväärsustega või soovite ka tutvuda piirkonna vaimse pärandiga?	Hetkel laenutasime Peipsimaa külastuskeskusest rattad ning tulime tutvuma Kolkja-Kasepää-Varnja ridakülaga. Tulime siia, sest kuulsime, et siin on huvitav arhitektuur ning põnev ajalugu.	Tulin sõpradega Alatskivi lossi vaatama ning oli ka plaanis kohalik discgolfi rada üle vaadata ning mängida.	Tulime elukaaslasega ilusat ilma nautima. Asukoha valisime sellepärast, et sõbrad on varem siin käinud ning soovitasid koha kindlasti üle vaadata.	Olin Pepsi äärde teel ja Silma jäi Alatskivi loss. Otsustasin seda vaatama tulla.
Kas olete külastusega seni rahul olnud?	Jah	Jah	Jah	Jah
Kas tuleksite tagasi?	Jah	Jah	Ei oska öelda, kui siia kanti satub siis ilmselt uudistaks uuesti. Spetsiaalselt ei organiseeriks siia tulekut.	Jah

Lisa 4. Kohalikele suunatud intervjuude maatrikstabel

Küsimused	K1	K2
Kas olete kuulnud Sibulatee võrgustikust?	Ei	Jah
Kas Sibulatee loomine on muutnud rahvahulka suuremaks?	Jah, suvel on liikumist rohkem.	Jah
Kas kohtate pigem sise- või välisturisti?	Ei oska täpselt öelda, tunduvad pigem eestlased.	välisturiste, sakslaseid, venelasi ning rootslaseid.
Mida arvate Sibulateest?		Väga lahe ettevõtmine, et meie kohalikku eluolu ja traditsioone edastatakse suuremale rahvahulgale ka.
Kuidas Teile meeldivad Sibulatee võrgustiku poolt korraldatud üritused (avatud kalasadamate päev, kohvikutepäev jms)?	Mulle meeldivad, mida teistsugust.	Jah, väga meeldib vanavara laat, kuna kogun erinevaid vanasid silte ja mänguasju. Sealt leiab alati midagi uut.

Lisa 5. Poemüüjatele suunatud intervjuude maatrikstabel

Küsimused	P1	P2	P3
Kas olete kuulnud Sibulatee võrgustikust?	Jah	Ei	Midagi olen kuulnud aga täpselt ei tea, mis see on.
Kas Sibulatee loomine on muutnud rahvahulka suuremaks?	Hetkel ei ole olnud märgatavat tõusu, pigem hakkavad inimesed liikuma juunis, kui hakkab turismihooaeg pihta.	Ei oska öelda.	Ei oska öelda, sest olen alles hiljuti kolinud Alatskivile ning tööle hakanud Olerexis.
Kas kohtate pigem sise- või välituristi?	Pigem käivad eestlased uudistamas aga kohtab ka soomlaseid, venelasi ja sakslaseid.	Ei oska öelda.	Hetkel on enamasti käinud eestlased, vahest harva ka mõni sakslane või soomlane.
Mida arvate Sibulateest?	Ei oska midagi arvata, ainult ilmselt on see ikka hea asi, kuna suvel liigub inimesi rohkem.		
Kuidas on mõjutanud Sibulatee poolt korraldatud üritused kohalikku majandust?	Hiljuti oli just avatud kalasadamate päev, kus oli uudistaid päris palju ning päev oli kindlasti palju kiirem, kui mõni teine. Mulle meeldivad need üritused, enda lapselastegagi on hea neid külastada.	Ei ole tähele pannud.	

Lisa 6. Kultuuriteede teaduslikud väärtused

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse tähendus					Santiago de Compostela	The Hansa	Seto Külavüü	Sibulatee	Ekspertide hinnang turismiteede
1. Kultuuriline väärtus (vaatamisväärsuste või kogu marsruudi kokkusobivus piirkonna, riigi või territooriumi kultuuriga)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	5	5	5	5	5
2. Ajalooline väärtus (ala võime edastada või jälgendada piirkonna, riigi või laiema territooriumi ajalugu)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4	4	4	4	4
3. Kunstiline väärtus (väärtus, mis põhineb objekti unikaalsusel ning on heaks näiteks konkreetse isiku tööst)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4	2	3	3	4
4. Sotsiaalne väärtus (koha võime saavutada ühiskondlikke sidemeid ja luua ühtne võrgustik. Olla kohaks, kus kogunetakse ning korraldatakse üritusi)	1-madal	2-keskmine	3-kõrge			3	3	3	3	3

5. Hariduslik väärtus (koht, kus saada teadmisi mineviku kohta ja anda neid edasi nooremale generatsioonile)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge		4	3	4	4	4
6. Uurimisväärtus (kultuuritee panustamine teadus- ja uurimistöösse)	1- madal	2- keskmine	3-kõrge			4	3	3	1	3
7. Esteetiline väärtus (marsruudil olevate kohtade visuaalne kvaliteet)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge		4	4	4	3	4
Kokku						27	24	26	23	27

Lisa 7. Kultuuritee spetsiifilised väärtused

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse tähendus				Santiago de Compostela	The Hansa	Seto Külavüü	Sibulatee	Ekspertide hinnang turismiteede
1. Marsruudi ainulaadsus ja haruldus (lähedal asuvate marsruutide olemasolu)	1-tavaline	2-vallas oluline	3-riigis oluline	4-üle maailmselt oluline	4	4	2	2	4
2. Marsruudi geograafilised omadused (kultuuritee territooriumi suurus)	1-vald	2-riik	3-mitu riiki		4	3	3	1	3
3. Atraktiivsete sihtkohtade arv marsruudil	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	4	4	3	3	4
4. Teema atraktiivsus, mida marsruut edendab (teema populaarsus ja atraktiivsus)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	4	4	4	4	4
5. Kultuuritee tegevuskava või arengukava olemasolu	1-puudub	2- olemas poolik plaan	3-plaan olemas		3	1	3	3	3

6. Marsruuti haldavate organisatsioonide olemasolu	1-puudub	2-kohalik	3-riik	4-ülemaailmne	4	2	2	2	4
Kokku					22	18	17	16	22

Lisa 8. Kultuuritee majanduslik tähtsus

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse tähendus					Santiago de Compostela	The Hansa	Seto Külavüü	Sibulatee	Ekspertide hinnang turismiteede
1. Panus kohaliku kogukonda (uute töökohtade loomine, uued võimalused kohalikele ettevõtetele)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge		4	2	2	2	4
2. Mõju laiema piirkonna või riigi majandusarengule tervikuna (turistide poolt sisse toodud kasum, infrastruktuuri arendamine tänu arengule)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge		4	3	3	2	4
3. Investeeringute potentsiaal (ettevõtted tahavad investeerida kultuuritee arendamisse)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge		4	4	2	2	4
4. Panus brändi loomisesse (kultuuritee potentsiaal saada riiklikuks või rahvusvaheliseks kaubamärgiks)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge		4	4	3	2	4

5. Panus riigi positiivse maine loomisesse (riigile positiivse maine loomine läbi kultuurturismi arendamise)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4- kõrge	5-väga kõrge	5	5	3	3	5
6. Piiriülese koostöö võimalused (võimalused alade lisamiseks teistest riikidest marsruudil)	1-madal	2- keskmine	3-kõrge			3	3	3	1	3
Kokku						24	21	17	13	24

Lisa 9. Kaitse ja säilitamise väärtused

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse tähendus				Santiago de Compostela	The Hansa	Seto Külavüü	Sibulatee	Ekspertide hinnang turismiteele
1. Vaatamisväärsuste seisukord teekonnal	1-väga kahjustatud (inim-tegevuse mõjul)	2-keskmiselt (looduslikel mõjudel)	3-kerget kahjustunud (peamised elemendid on säilitatud)	4-pole üldse kahjustunud	4	4	4	4	4
2. Sihtkohtade haavatavus (haavatavuse tase teekonna sihtkohtadele)	1- kõrge	2- keskmine	3- madal või puudub		2	3	3	3	3
3. Kaitsestaatus (oluline riigile, maakonnale või vallale)	1-kohalik	2- valla põhine	3-riiklik	4-üle maailmne	4	4	3	4	4
4. Sobilik arv turiste ühe kordse külastuse kohta ühele vaatamisväärtusele (arvestades sihtkoha seisukorda,	1- 0-10	2- 11-20	3- 21-50	4-rohkem kui 50	4	4	2	2	4

kaitsestaatust ning haavatavust)									
Kokku					14	15	10	13	15

Lisa 10. Kultuuritee funktsionaalsed väärtused

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse tähendus				Santiago de Compostela	The Hansa	Seto Külavüü	Sibulatee	Ekspertide hinnang turismiteele
1. Sihtkohtadele juurdepääsetavus (sihtkohale jõudmiseks kasutatavad võimalused)	1-madal (jalgsi kasutades erivarustust ja giidi abi)	2-keskmine (jalgratta ja muude inimjõudu vajavad transpordi vahendid)	3-kõrge (auto,buss)		3	3	3	3	3
2. Täiendavad kultuuri- ja loodusväärtused (kultuuritee territooriumist väljas aga lähemal, kui 5 km kaugusel olevad kultuuri- ja loodusväärtused, mis ei kuulu kultuuriteele)	0.50 – 1	1 – 2 kuni 3	1.50– 4 kuni 6	2– rohkem, kui 6	2	2	2	1	2
3. Kultuuritee asukoht (tee geograafiline asukoht ning oluliste teedevõrkude lähedus)	1-ebamugav	2-keskmiselt mugav	3-soodne		3	3	2	2	3

4. Kultuuritee viidastatus (infotahvlid, mis näitavad vaatamisväärsuste asukohta ja kaugust)	1-puudub	2-vähe	3-keskmine	4-palju	4	2	3	2	4
5. Vaatamisväärsuste koondumine kultuuriteel (vaatamisväärsuste arv võrreldes marsruudi pikkusega)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	4	3	100 km 4	30 km 4	4
6. Suurlinnade lähedus alale (lähedus suurtele saaste keskusele)	0.50– rohkem kui 50 km	1–50 kuni 25 km	1.50–25 kuni 5 km	2– vähem kui 5 km	2	2	1	1	2
Kokku					18	15	17	14	18

Lisa 11. Turismitoodete lisaväärtused

Peamised näitajad/alamgrupid	Väärtuse tähendus					Santiago de Compostela	The Hansa	Seto Külavüü	Sibulatee	Ekspertide hinnang turismiteede
1. Turundus (reklaami võimaluste tase ja arvukus)	1-kohalik	2- valla põhine	3-riiklik	4-üle maailmne		4	4	3	2	4
2. Majutusteenused (majutamine marsruudi lähedal)	1-rohkem kui 25 km	2-10–25 km	3-5–10 km	4-vähem kui 5 km		4	4	3	2	4
3. Toitlustusteenused (lähedal asuvad söögikohad)	1-rohkem kui 10 km	2-5–10 km	3-5–1 km	4-vähem, kui 1 km		4	4	1	1	4
4. Giiditeenuse olemasolu (kui on olemas - teadmiste tase, võõrkee(te) tundmine, teadmiste edasiandmise oskus)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	5	3	4	4	5
5. Turismiga seotud infrastruktuur [täiendava infrastruktuuri olemasolu tase (kõnniteed, puhkealad, tualetid, prügikastid jms)]	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4	4	3	2	4

6. Interpretatsiooni võimalused (kultuuritee kohta huvitavate lugude rääkimine)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	5	4	4	5	5
7. Konverentside või ürituste korraldamise võimaldamine)	0,5-puudub	1-madal	1,5-keskmine	2-kõrge		1	2	1,5	2	2
8. Animatsiooni võimalused (ajalooliste sündmuste, huviprogrammide jms rekonstrueerimine)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		3	4	4	4	4
9. Autentsete kogemuste pakkumine	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	4	5	5	5	5
10. Huvitava külastuse pakumise võimaldamine turistidele	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge		4	4	4	4	4
11. Kultuuritee atraktiivsus (marsruudil olevate vaatamisväärsuste atraktiivsus turistidele)	1-puudub	2-madal	3-keskmine	4-kõrge	5-väga kõrge	5	5	4	4	5
12. Kultuuriteed külastavate turistide arv aastas	1-madal (vähem, kui 25,000)	2-keskmine (25,001 kuni 50,000)	3-kõrge (50,001 kuni 100,000)	4-väga kõrge (rohkem, kui 100,000)		4	4	2	1	4

13. Täiendavate interpretatsiooni võimaluste olemasolu (külastus- ja teabekeskused, muuseumid, eksponaadid jms)	1- puudub	2-madal	3- keskmine	4-kõrge	5- väga kõrge	5	5	3	3	5
14. Reisikorralduse büroo olemasolu, kes vajadusel korraldab reisi kultuuriteel (marsruudi olemasolu reisibüroodes)	1- madal või puudub	2- keskmine	3-kõrge			3	2	1	1	3
15. Autentsete suveniiride olemasolu (marsruudi teemaga seotud suveniirid)	1- puudub	2-madal kvaliteet	3- keskmine kvaliteet	4-kõrge kvaliteet		4	4	3	3	4
Kokku						59	58	44	43	62

Lisa 12. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta

Mina, Silvia Türkson ,
(sünnipäev 25.06.1995)

1. annan Eesti Maaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud lõputöö Maastiku ja kultuuri roll turismitee arendamisel: Sibulatee Eestis, mille juhendaja on Martti Veldi, Simon Bell

1.1. salvestamiseks säilitamise eesmärgil,

1.2. digiarhiivi DSpace lisamiseks ja

1.3. veebikeskkonnas üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Lõputöö autor

allkiri

Tartu, 23.05.2019

Juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta

Luban lõputöö kaitsmisele.

(juhendaja nimi ja allkiri)

(kuupäev)

(juhendaja nimi ja allkiri)

(kuupäev)